

**FAIR:
UMA PLATAFORMA PARA
A PUBLICAÇÃO INDEPENDENTE
EM PORTUGAL**

www.projectofair.com



Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

*Ana Simões
Porto, 2012*

FAIR: UMA PLATAFORMA PARA A PUBLICAÇÃO INDEPENDENTE EM PORTUGAL

www.projectofair.com



Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Dissertação para a obtenção de Grau de Mestre
Mestrado em Design Gráfico e Projetos Editoriais

Orientador: Miguel Carvalhais, Professor Auxiliar,
Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Co-orientador: Júlio Dolbeth, Assistente,
Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Ana Simões

Porto, 2012

Agradeço a todos aqueles que durante este último ano de alguma forma participaram e ajudaram no trabalho que desenvolvemos. A todos os voluntários e participantes, alunos e editores que se ofereceram para fazer do nosso projeto aquilo que é hoje, e nos abriram as portas a uma comunidade.

Agradeço ao Miguel Carvalhais e ao Júlio Dolbeth, pelo papel fundamental que desempenharam não só na criação e desenvolvimento deste projeto, mas também na minha formação académica ao longo dos últimos sete anos.

Agradeço aos meus pais, pelo percurso que me proporcionaram, pelas críticas atentas e pelo apoio e incentivo a qualquer ideia que início, sem duvidar nunca de que é possível.

Agradeço à Joana e à Catarina pela parceria, apoio e amizade ao longo de todos estes anos.

Agradeço à Raquel, por ter enfrentado este último ano ao meu lado, pelo apoio, pela amizade, calma e compreensão.

Agradeço, por fim, a quem dedico este trabalho: ao Jorge, pela sua dedicação a este projeto, pelo amor, paciência e apoio incondicional desde sempre, e por tudo aquilo que estará para vir.

Ao Jorge

ABSTRACT



This document follows the development of a project that seeks to organize, support, promote and strengthen the portuguese independent publishing community. This project takes shape in two fundamental fronts: first an online platform, in which news are reported, books and fanzines are registered, and where resources for new publishers are available, and secondly the promotion of events and fairs, that can also contribute to strengthen and promote this type of publishing.

This work acknowledges itself as a personal project, born out of a desire from its authors, to create a community project that can live *from* and *for* publishing, hoping that this results on the strengthening of support and networks, reaching a positive impact on the nacional independent publishing 'industry'.

Throughout this project we also want to gain a better understanding of this small publishing market, analysing its inner mechanics, its main goals, its sustainability strategies and ultimately its impact on the contemporary cultural development.

RESUMO



Este documento apresenta e acompanha o desenvolvimento e implementação de um projeto que procura contribuir para a organização, apoio, divulgação e dinamização da edição independente nacional. Este trabalho materializa-se em duas partes fundamentais: uma plataforma *online*, na qual são divulgadas notícias, registadas novas publicações e disponibilizados recursos úteis à autoedição, e a promoção de feiras e eventos, que possam também cumprir os objetivos de dinamização a que o projeto se propõe.

Este trabalho assume-se como uma iniciativa pessoal, que vive de uma motivação da parte dos seus autores, em criar um projeto comunitário que possa viver *de e para* a edição, esperando como resultado o fortalecimento de redes de contacto e apoio que possam ter um impacto positivo na edição independente nacional.

Ao longo deste trabalho pretende-se ainda perceber melhor este nicho de mercado editorial, analisando as suas mecânicas de funcionamento, os seus objetivos centrais, as suas estratégias de sustentabilidade e em última instância o seu impacto na produção cultural contemporânea.

ÍNDICE



17	Introdução
19	1. <i>Enquadramento</i>
20	1.1 A Publicação Independente
29	2. <i>Casos de Estudo</i>
29	2.1 Editoras
31	2.1.1 Chili com Carne
36	2.1.2 Oficina do Cego
40	2.1.3 Braço de Ferro
45	2.2 Outros Projetos Associativos
46	2.2.1 Colher
50	2.2.2 Binaural
56	2.3 Resultados
57	3. <i>Projeto</i>
57	3.1 O Início
57	3.1.1 A Pangrama
60	3.1.2 A 1ª Feira de Publicação Independente
61	3.2 O Projeto
62	3.2.1 Projectofair.com
63	3.2.1.1 Metodologia
66	3.2.1.2 Resultados
67	3.2.2 Feira de Publicação Independente
67	3.2.2.1 Metodologia
68	3.2.2.2 Edições
87	3.2.2.3 Resultados
89	3.2.2.4 Edições Futuras
91	4. <i>Conclusão</i>
95	5. <i>Bibliografia</i>
98	5.1 Publicações mencionadas
101	6. <i>Anexos</i>
101	6.1 Entrevistas para casos de estudo
101	6.1.1 Chili com Carne
111	6.1.2 Oficina do Cego
115	6.1.3 Colher
120	6.1.4 Binaural
125	6.2 Artigos na Imprensa
131	6.3 Documentos Audiovisuais

ÍNDICE DE IMAGENS



- 23 *Figura 1:* Capa de *Soyfriends home-publication guide*, editado por Rui Tenreiro.
- 26 *Figura 2:* Cartaz da 1ª edição da *Feira Laica*, em 2004, desenvolvido por José Feitor.
- 31 *Figura 3:* Logótipo da Associação Cultural Chili com Carne.
- 32 *Figura 4:* Cartaz da 20ª *Feira Laica*, desenvolvido por Bráulio Amado, 2012.
- 33 *Figura 5:* Capa do livro *Mutate & Survive*, uma coletânea de ilustrações, uma das primeiras edições da Chili com Carne.
- 35 *Figura 6:* 5ª edição da *Feira Laica* em Dezembro de 2006, Lisboa.
- 36 *Figura 7:* Imagem de divulgação para um *workshop* de iniciação à encadernação. “Tendo como ponto de partida a construção de uma prensa rudimentar de encadernação, a formação tem como objetivos dotar os participantes de noções teóricas e práticas necessárias para realizarem as suas próprias encadernações.” (Oficina do Cego, 2012)
- 37 *Figura 8:* Capa da publicação *Chama-lhe o que quiseres* de Rui Caeiro, 2010. A publicação foi impressa integralmente através de serigrafia.
- 39 *Figura 9:* Cartaz para o curso *Auto-edição: curso de técnicas e práticas de edição e impressão* promovido pela Oficina do Cego. “O curso de Auto-Edição da Oficina do Cego oferece uma formação transversal que alia a aquisição e aplicação efectivas de competências em artes gráficas – segundo o lema ‘aprender, fazendo’ ao conhecimento das práticas editoriais, contextualizando a sua história e as múltiplas tendências actuais.” (Oficina do Cego, 2012)
- 41 *Figura 10:* Capa da publicação *Satélite Internacional #04*, 2005, editada pelo coletivo Alíngua.
- 42 *Figura 11:* Capa da publicação *A Economia do Artista*, 2010, editada pela Braço de Ferro.
- 47 *Figura 12:* Website colher.net.
- 47 *Figura 13:* Website colher.net.
- 48 *Figura 14:* Capa da publicação *Colher - Portuguese Illustration*, editada pelo Colher.net em 2011.
- 51 *Figura 15:* Aldeia de Nodar, junto ao rio Paiva.
- 53 *Figura 16:* *Workshop Aldeias Sonoras*, em Canelas.
- 55 *Figura 17:* Exposição do projeto *Aldeias Sonoras*, na Escola Secundária de S. Pedro do Sul. Fotografia: Paulo Paiva.
- 58 *Figura 18:* Interior da revista *Pangrama zero #3*, 2011.
- 59 *Figura 19:* Detalhe de um *flyer* promocional do lançamento da revista *Pangrama zero #3*, 2011.

- 60 *Figura 20: 1ª edição da Feira de Publicação Independente, a 17 de Junho de 2011, na FBAUP.*
- 62 *Figura 21: Logótipo desenvolvido para o projeto Fair.*
- 65 *Figura 22: Website www.projectofair.com – página de entrada.*
- 65 *Figura 23: Website www.projectofair.com – secção Recursos > Apoios.*
- 65 *Figura 24: Website www.projectofair.com – página de notícia.*
- 65 *Figura 25: Website www.projectofair.com – página de publicação (arquivo)*
- 69 *Figura 26: Cartaz promocional da 1ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.*
- 70 *Figura 27: 1ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.*
- 70 *Figura 28: 1ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.*
- 71 *Figura 29: 1ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.*
- 71 *Figura 30: 1ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.*
- 71 *Figura 31: 1ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.*
- 72 *Figura 32: Cartazes complementares da 2ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.*
- 73 *Figura 33: Cartaz promocional da 2ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.*
- 74 *Figura 34: 2ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.*
- 74 *Figura 35: 2ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.*
- 74 *Figura 36: 2ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.*
- 75 *Figura 37: 2ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.*
- 75 *Figura 38: 2ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.*
- 76 *Figura 39: Cartaz promocional da 3ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, Dama Afrita & Matéria Prima, Porto.*
- 77 *Figura 40: Atomizador na 3ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, Dama Afrita & Matéria Prima, Porto.*
- 78 *Figura 41: 3ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, Dama Afrita & Matéria Prima, Porto. Fotografia: João Bento Soares.*
- 78 *Figura 42: 3ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, Dama Afrita & Matéria Prima, Porto. Fotografia: João Bento Soares.*
- 79 *Figura 43: 3ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, Dama Afrita & Matéria Prima, Porto. Fotografia: João Bento Soares.*
- 79 *Figura 44: 3ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, Dama Afrita & Matéria Prima, Porto. Fotografia: João Bento Soares.*
- 81 *Figura 45: Cartazes complementares da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP.*
- 82 *Figura 46: Cartaz promocional da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP.*

- 82 *Figura 47: Apresentações na manhã da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP. Fotografia: João Sobral.*
- 83 *Figura 48: Apresentações na manhã da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP. Fotografia: João Sobral.*
- 83 *Figura 49: Apresentações na manhã da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP. Fotografia: João Sobral.*
- 84 *Figura 50: Apresentações e exposição na manhã da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP.*
- 84 *Figura 51: Apresentações e exposição na manhã da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP. Fotografia: João Sobral.*
- 84 *Figura 52: Apresentações e exposição na manhã da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP. Fotografia: João Sobral.*
- 85 *Figura 53: Apresentações e exposição na manhã da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP.*
- 85 *Figura 54: Apresentações e exposição na manhã da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP.*
- 85 *Figura 55: Apresentações e exposição na manhã da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP. Fotografia: João Sobral.*
- 86 *Figura 56: Tarde da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP.*
- 86 *Figura 57: Tarde da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP.*
- 86 *Figura 58: Tarde da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP. Fotografia: Ariana Ferreira.*
- 126 *Figura 59: Capa da publicação *The form of the book book*, 2010, editada por Sara De Bondt e Fraser Muggeridge.*
- 128 *Figura 60: “A Feira de Publicação Independente da Faculdade de Belas-Artes do Porto deu a conhecer o crescimento deste universo” (Marmeleira, 2011).*
- 129 *Figura 61: 2ª edição da Feira de Publicação Independente, a 23 de Novembro de 2011, FBAUP.*
- 130 *Figura 62: Cartaz promocional da 3ª edição da Feira de Publicação Independente, a 6 e 7 Abril 2012, Dama Affita & Matéria Prima, Porto.*
- 132 *Figura 63: “Dama Affita é a galeria que acolhe a 3.ª edição da feira de publicação independente” (Moreira, 2012).*

INTRODUÇÃO



Esta dissertação acompanha o desenvolvimento de um projeto de arquivo, registo e divulgação da edição independente nacional. O trabalho que se pretende desenvolver materializa-se de duas formas distintas: numa plataforma *online* sobre edição independente, e na promoção de eventos associados que possam através de outros meios cumprir os mesmos objetivos. Este trabalho procura ainda compreender e analisar a edição independente nacional, estudando o funcionamento e gestão das editoras, com o intuito de melhor servir as suas necessidades.

Esta investigação, que se alimenta em grande medida da prática e experiência adquiridas ao longo deste ano, é também acompanhada de uma breve contextualização da área, analisando, em particular, um conjunto de casos de estudo que poderão mostrar-se úteis para uma melhor compreensão das editoras, ao mesmo tempo que contribuem para uma perceção mais realista das potencialidades do projeto que se pretende implementar.

A análise aqui apresentada deverá contou, então, com duas fases fundamentais que ao longo do ano foram crescendo de uma forma paralela, contaminando-se mutuamente. Uma primeira fase, essencialmente teórica, onde se procura perceber o mercado editorial independente através de um breve levantamento de motivações, objetivos e mecânicas de funcionamento destas pequenas editoras, e uma segunda fase, de índole prática, na qual se propõe a criação de uma plataforma *online*, que possa servir e apoiar os editores, acompanhada de eventos regulares, como feiras, exposições e conferências.

O trabalho de investigação apresentado terá um cariz qualitativo, optando por deixar de lado uma análise quantitativa que, de uma forma redutora, poderia focar-se demasiado no lado financeiro deste pequeno mercado da edição, esquecendo aquilo que nos parece fundamental: as motivações e objetivos das editoras. Esta opção relaciona-se diretamente com a característica mais emocional e pessoal que estes projetos assumem. Não se pretende aqui perceber o lucro ou o prejuízo destas edições, nem mesmo o número de vendas que atingem. Queremos sim perceber o que move estas editoras, porque publicam, de que forma se relacionam com o objeto impresso e se conseguem contribuir ativamente para a dinamização da cultura contemporânea.

Neste sentido, este trabalho procura responder a três questões centrais: Quais as motivações e objetivos por trás da edição independente nacional? De que forma se organizam, produzem, divulgam e comercializam as publicações independentes? E, percebendo estas questões iniciais, poderá uma plataforma de divulgação e gestão de recursos *online* servir de ponto de partida para um reforço da visibilidade e crescimento dos projetos editoriais independentes?

Embora estas questões tenham servido de mote ao projeto desenvolvido, ao longo do processo foram sempre surgindo novas possibilidades, interrogações e dúvidas, que serão aprofundadas ao longo dos próximos capítulos.

O primeiro capítulo – *Enquadramento* – procura contextualizar a edição independente nacional, tentando expor as suas motivações e objetivos, assim como os seus métodos de gestão, produção e divulgação.

O segundo capítulo – *Casos de Estudo* – analisa algumas editoras e associações culturais, estudando de uma forma mais próxima e particular as questões levantadas no capítulo anterior, tentando também perceber mais diretamente que necessidades poderão ser colmatadas através do projeto aqui desenvolvido.

O terceiro capítulo – *Projeto* – apresenta o trabalho desenvolvido ao longo deste último ano, descrevendo a metodologia, os procedimentos e resultados obtidos, procurando perceber quais as mais-valias e quais as falhas do trabalho até agora.

O quarto capítulo – *Conclusão* – resume o trabalho desenvolvido, interpretando os resultados e tentando apontar novos caminhos e soluções para o futuro deste projeto.



1. Luís Camanho é um designer e editor independente português, fundador da Plana Press, e autor da tese de mestrado *Plana. Publicações de Periodicidade Irregular*. Desde o seu projeto de mestrado, dedicado à criação de uma nova editora independente, tem já publicados oito livros.

2. Robert Bringhurst é um poeta, tipógrafo e autor canadiano. É o autor de *The Elements of Typographic Style*, um livro de referência em matéria de design e tipografia.

3. Utilizamos aqui o termo *independente*, não como uma caracterização fechada e definitiva, mas apenas para distinguir uma área da edição que trabalha à margem dos meios de divulgação e distribuição habituais. Ao longo desta dissertação o tema será abordado e explorado com mais profundidade.

Em Portugal, tal como em grande parte dos países ocidentais, o mercado editorial está concentrado num número reduzido de empresas com enormes estruturas editoriais. Estas empresas ou editoras, por sua vez, vendem a maioria dos seus livros em grandes livrarias espalhadas por centros comerciais um pouco por todo o país. Na dissertação de mestrado *Plana. Publicações de Periodicidade Irregular*, Luís Camanho¹ afirma que “a venda de livros [se] concentra em mais de 70% nas lojas Fnac, livrarias Bertrand e hipermercados” (Camanho, 2008 p.13). Perante esta situação “as editoras disputam as prateleiras das livrarias como cães a um osso. Os expositores, bancas e gôndolas dos hipermercados são os altares, os lugares sagrados para um livro. Uma obra tem no máximo dois meses para mostrar o que vale, e a velocidade de rotação dos títulos nos escaparates é alucinante. (...) Ao contrário do que acontece em Espanha ou em França, onde a venda de livros está repartida por inúmeras livrarias independentes” (Carvalho, 2008a p.98-103).

Segundo Robert Bringhurst,² o objetivo destas empresas não se prende tanto com a edição, mas sim com a sua viabilidade económica. Estes grupos procuram gerir os seus recursos financeiros, estabelecendo a sua prática no mercado de uma forma segura, e tentando sempre como resultado obter o máximo de lucro possível. Desta forma “o meio editorial tem[-se] tornado refém de capacidades de lidar com áreas mais próximas da gestão de assuntos financeiros e/ou fiscais, do que propriamente com publicações” (Camanho, 2008 p.15). Esta situação resulta num mercado editorial onde o lucro está acima da produção e distribuição de bons livros.

Nesse sentido, podemos encontrar outro tipo de motivações no mercado mais pequeno, mas também mais diversificado, da edição independente,³ onde parece existir uma maior preocupação com a contribuição para a cultura através da produção de publicações, conseguindo entretanto sustentar a sua atividade.

No contexto do projeto que se pretende desenvolver, será importante tentar perceber em que consiste esta área da edição, analisando o que a motiva, de que forma se mantêm as estruturas editoriais e qual o impacto que têm na cultura contemporânea.

A PUBLICAÇÃO INDEPENDENTE



Segundo o dicionário *online* Priberam.pt, publicar será “Tornar público e notório.” Publicar é divulgar, espalhar, afixar, apregoar.

Em *Indie Publishing: a pocket guide to publishing your own content*, uma publicação eletrônica disponibilizada *online* por Ellen Lupton⁴ até 2009, a autora afirma que:

*Publicar é expor-se ao mundo exterior, proclamando que se tem conteúdo que vale a pena partilhar com outras pessoas. (...) A maioria dos empreendimentos editoriais, contudo, são motivados não tanto por lucro como pelo desejo humano de partilhar ideias através de um meio permanente, reproduzível e possível de partilhar.*⁵ (Lupton, 2007)

Esta vontade de partilhar uma ideia parece estar na génese daquilo que define a publicação independente, contribuindo para a criação de uma cultura coletiva através da publicação de conteúdos que, no mercado editorial convencional, ficariam guardados na gaveta à espera de um número de leitores rentável o suficiente para justificar esforço e gastos.

Neste sentido, a edição e publicação dita independente implicará motivações um pouco mais profundas, que não se prendem necessariamente com a sustentabilidade do projeto, mas sim com a ideologia e motivação de cada autor. Ao mesmo tempo, torna-se clara uma vontade quase política e social que conduz à edição de conteúdos. Numa palestra em Hong Kong, o editor americano Jason Epstein fala da publicação como uma vocação: “(...) um sacerdócio secular, porque os editores são zeladores da nossa memória coletiva, servos indispensáveis a esses outros zeladores, poetas, contadores de estórias, bibliotecários, professores e académicos”⁶ (Epstein, 2008).

A uma publicação associam-se outras ideias e vontades (ideológicas, pedagógicas, críticas) que vão para além do livro, que conseguem criar pequenas comunidades de seguidores e leitores culturalmente ativos que acabam por, eles próprios, dar início a novos projetos editoriais, resultando numa cultura coletiva partilhada que se alimenta e motiva a si própria. A edição independente vive desta partilha, tirando prazer do ato de publicar em si. Em *Do Comunismo aos Comuns? Obstáculos à Hipótese do Comunismo*, presente no livro *A Economia do Artista*, da editora independente Braço de Ferro, Dmitry Vilensky⁷ fala do prazer da publicação como uma ação comunista, afirmando a cultura, não como uma mera fonte de lucro, mas como algo que se fundamenta numa característica base dos seres humanos: a capacidade de criação livre, a criação de algo novo, partilhando-o com outras pessoas sem perseguir uma lógica utilitária. Segundo Vilensky, “é esse o maior prazer de todos, e é isso que significa o comunismo” (Vilensky, 2010 p.125).

Há ainda um certo romantismo associado à publicação de conteúdos sem mediação, permitindo e motivando a inovação, sem a necessidade

4. Ellen Lupton é uma escritora, curadora e designer gráfica americana. Já publicou vários livros ligados à autoedição, entre eles *DIY: Design it Yourself* (2006) e *Indie Publishing: how to design and produce your own book* (2008). É ainda diretora do MFA em Design Gráfico e do *Center for Design Thinking* no *Maryland Institute College of Art* (MICA).

5. Tradução da autora, no original inglês: *To publish is to put yourself out there, by proclaiming that you have content that's worth sharing with other people. (...) Most publishing ventures, however, are motivated not so much by profit as by the universal human desire to share ideas through permanent, reproducible, exchangeable media.*

6. No original inglês: *(...) a secular priesthood, for publishers are caretakers of our collective memory, indispensable servants to those other caretakers, poets, story tellers, librarians, teachers and scholars.*

7. Dmitry Vilensky é um artista e ativista russo, sediado em São Petersburgo. Foi o fundador da plataforma *Chto Delat?* (*What is to be done?*), sendo ainda o editor de um jornal com o mesmo nome. Já publicou ensaios em revistas, jornais, e catálogos de arte, tendo já publicado em seu nome publicações como *Printed Project*, *Afterall*, *Rethinking Marxism*, *Phase2*, entre muitas outras.

8. Rudy Vanderlans é o co-fundador da revista *Emigre*, juntamente com a sua mulher Zuzana Licko. Criada em 1984, a revista *Emigre* desenvolveu trabalho durante 20 anos, tendo sempre dedicado as suas páginas à experimentação em design, contribuindo de uma forma fundamental para o desenvolvimento do pensamento teórico e crítico sobre a disciplina.

9. Sofia Gonçalves é uma designer e editora independente portuguesa, professora de design de comunicação na Faculdade de Belas Artes de Lisboa (FBAUL) e co-fundadora do atelier de design gráfico Flatland. Juntamente com Marco Balesteros foi coordenadora do *workshop Samizdat*, que teve lugar na FBAUL em 2010, focado na produção editorial independente e nas suas problemáticas. O *workshop* deu origem a uma publicação do mesmo nome que compilou as motivações, conteúdos e objetivos do projeto, assim como um conjunto de trabalhos produzidos durante o seu funcionamento.

10. No original inglês: *These are immediate - and intermediate - exercises not destined to survive a lifetime of aesthetic scrutiny, but to document a particular stage in time and state of mind.*

de prever um determinado lucro associado ao processo. Na última edição da revista *Emigre*, que editou durante mais de 20 anos, Rudy Vanderlans⁸ refere este romantismo como estando associado à criação de trabalho sem compromisso, encorajando o risco e a experimentação (Vanderlans, 2005).

Esta publicação de conteúdos sem mediação, está diretamente relacionada com a ideia de independência, de algo livre e autónomo que procura sobreviver num mercado sem obedecer a regras ou critérios preestabelecidos. De forma semelhante à expressão independente, muitas outras podem caracterizar o mesmo meio: autoedição, edição alternativa, marginal, *underground*, *do-it-yourself*, termos que pretendem significar uma mesma ideia de autonomia a nível de conteúdos e de produção. Sofia Gonçalves⁹ fala desta independência no seu texto *Samples para uma Publicação Paralela*, disponível online no blogue *Reactor*:

Independência é a desassociação de um ser em relação a outro, do qual dependia ou era por ele dominado. É o estado de quem ou do que tem liberdade ou autonomia. Engloba estruturas que se colocam à margem das estruturas convencionais, de larga escala, das grandes corporações e das estruturas complexas. As estruturas independentes são normalmente estruturas locais, de pequena escala, com tendência para assumir discursos e ideologias mais experimentais. (Gonçalves, 2010)

Estas publicações independentes assumem-se como alternativas no mercado, contrariando “o sistema hierárquico, autoritário, praticamente impenetrável das estruturas pesadas e imóveis das editoras ditas comerciais” (Gonçalves, 2010).

Como refere Gonçalves, fugindo às estruturas convencionais, as edições independentes constroem e dão forma a um novo tipo de cultura, viabilizando projetos mais experimentais, podendo assumir compromissos sociais, políticos e económicos nas suas publicações.

Segundo Sonja Commentz, embora os projetos de edição independente contemporâneos não vivam em grande medida de uma motivação política e social tão forte como os seus antecessores dos anos 1960 e 1970, existe uma tentativa, de certa forma política, de explorar os meios de produção, reclamando uma autonomia total desde a conceptualização do objeto, passando pela impressão, até à distribuição. A edição independente, ou autoedição, contemporânea tende, segundo Commentz, a ser um pouco mais crítica, reflexiva e diversificada, não estando sujeita a nenhum tipo de código de conduta ou ideologia central. “Estes são exercícios imediatos – e intermediados – não destinados a sobreviver uma vida de escrutínio estético, mas a documentar uma fase particular no tempo e no estado de espírito.”¹⁰ (Commentz, 2010 p.7)

As editoras que seguem este modelo editorial dito independente partilham em geral uma série de características comuns. Segundo Marcos Farrajota, fundador da editora independente Chili com Carne, será possível identificar uma editora deste género através de uma estrutura organizacional e laboral reduzida (uma pessoa, um casal, um coletivo), comunicação ativa com

os autores e o público, distribuição e promoção defeituosa, exploração de nichos de mercado, poucos apoios públicos ou institucionais, financiamento reduzido, inovação tecnológica, entre outros aspectos. É um meio no qual se dá particular atenção ao objeto impresso, dedicando bastante tempo a cada fase da sua conceção (Farrajota, 2012a).

Nesta caracterização alargada do que será edição independente, Farrajota nomeia várias formas de publicação que passando pela impressão caseira, artística, barata ou um pouco mais cara, poderão ser identificados:

Fanzine – publicação amadora feita por fãs ou militantes de alguma causa (bd, poesia, música, cinema, política) geralmente fotocopiada e agrafada com uma distribuição reduzida (...).

Zine – evolução natural do fanzine abandonando a militância ou a idolatria pela cultura Pop, são publicações que não sendo ‘fãs’ de algo, publicam trabalhos pessoais ou artísticos de um autor ou de um colectivo de autores.

Edição de Autor – , ou auto-edição. Edição realizada pelo autor, pode ter um aspecto profissional mas geralmente não tem um ‘selo de editor’ como forma de garantia comercial.

Livro de Autor – edição realizada pelo autor de poucos exemplares com evidentes realizações manuais (capa, agrafamento, colagens, ex-libris, etc...) e coleccionistas (assinatura e numeração pelo autor).

Livro de Artista – edição de um livro geralmente de uma ou poucas cópias em que as páginas da edição muitas vezes são os próprios originais do livro.

Impressão digital / P.O.D. – impressão em fotocópia laser que permite produzir poucos exemplares com um tratamento profissional (cosido, colado, encadernado) ou exemplares conforme a procura (print on demand). Esta tecnologia tem servido para Edição de Autor mas também para pequenas editoras ou para livros de pouca circulação de grandes editoras.

E ainda: split’zine (zine feito por dois títulos, a capa de um é a contra-capas do outro lado), prozine (termo anacrónico norte-americano para fanzines feitos por autores profissionais, mais vale usar o termo ‘auto-edição’ ou ‘edição de autor’), micro-edição (edição bastante limitada, abaixo de 50 exemplares),... De fora deste ‘relatório’ ficam as produções electrónicas: e-zines, PDFs para visualização e/ou descarga, etc...¹¹ (Farrajota, 2012a)

11. Ainda que esta lista de Farrajota possa estar de alguma forma incompleta, ou mesmo com algumas caracterizações menos claras, ela serve já como apontamento para uma possível organização dos vários tipos de publicações produzidas de forma independente a nível nacional e internacional.

Dependendo dos objetivos e intenções a que cada editor se propõe, as possibilidades de edição independente são inúmeras, e a publicação não é tão inacessível como poderá parecer à partida. Multiplicam-se modelos e guias de ajuda à edição, com conselhos *do-it-yourself* que vão desde o desenho de um livro, à sua produção, distribuição ou até venda ao público. Guias como *Design it Yourself* e *Indie Publishing* de Lupton, dão indicações sobre como organizar o *layout* de uma página ou encadernar um livro em casa, associando a esta prática um pensamento crítico sobre a cultura DIY e as suas implicações sociais.

Camanho fala do trabalho de Lupton como sendo promotor de formas alternativas aos princípios da economia de grande escala e produção massificada de livros, no que diz respeito à sua produção e distribuição. O autor refere ainda as compilações de várias técnicas de impressão e reprodução desde a digitalização de originais ao seu tratamento e preparação para impressão em fotocópia, serigrafia e *offset*, de Ron Rene Jr., Dave Choe, Brian Ralph e Jordan Crane, na publicação *Re – A Guide To Reproduction*, assim como no *Soyfriends Home-Publication Guide* (Fig. 1), editado por Rui Tenreiro, e que pretende também dar indicações e orientações sobre a produção caseira de publicações com o mínimo de recursos.

Ao entender o prazer da produção e da acessibilidade dos meios como força motriz para a criação, assume-se a importância da matéria como experiência, forma, mensagem e linguagem. Não é difícil constatar que a expressão gráfica é contaminada pelos meios de produção — as fanzines em fotocópia, as novas publicações nos processos mimeográficos, parecem filiar-se numa mesma geneologia linguística. (Gonçalves, 2010)

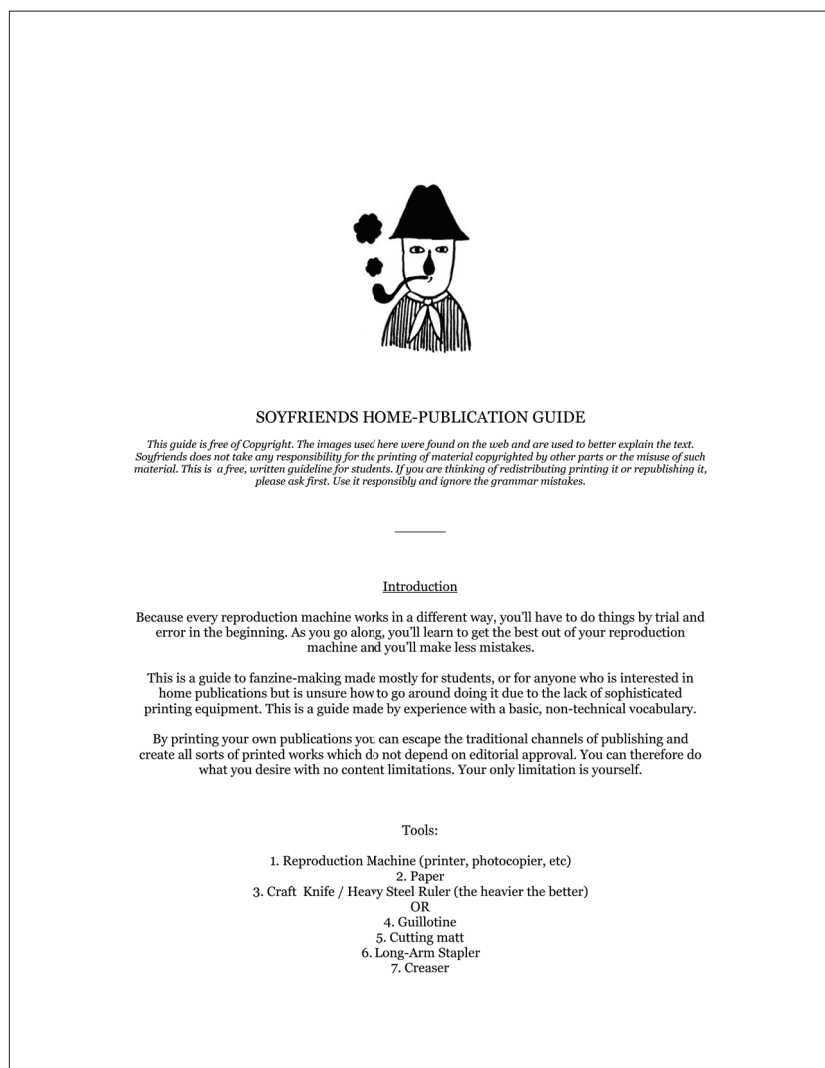


Figura 1 - Capa de *Soyfriends home-publication guide*, editado por Rui Tenreiro.

Uma das características fundamentais da edição independente é esta ligação ao processo de produção de uma forma completa e integrada, em que o autor/editor acaba por ter um papel ativo em todas as partes do processo. Lupton defende esta atitude como uma necessidade social, associando-a às ideias de Walter Benjamin no texto de 1934, *The Author as Producer*. Como marxista, Benjamin acreditava que as tecnologias de manufatura deveriam estar nas mãos dos operários, sendo propriedade coletiva. Desta forma, acreditava que uma prática artística politicamente ativa não deveria apenas produzir conteúdos políticos revolucionários, mas também revolucionar os meios através dos quais o trabalho é produzido e distribuído. Esta quebra de barreira entre o autor e produtor, revela-se particularmente pertinente na prática do editor independente. Enquanto que na edição tradicional, cada publicação é “um diálogo entre autor, editor, agentes de legitimação (críticos, colecionadores, comissários), agentes de produção (editor, indústria gráfica, transportes e distribuição) e leitores” (Gonçalves, 2010), na edição independente passa a ser fruto de um só personagem: o autor, que consegue simultaneamente o papel de escritor, fotógrafo, ilustrador, editor, designer ou produtor gráfico, consoante o seu grau de envolvimento com o objeto.

Segundo Gonçalves, esta “posição empreendedora coloca nas mãos dos autores todas as tarefas de produção, dotando-os de autoridade e autonomia. Permite negar as consensuais estratégias de viabilidade económica e de gastos mínimos de produção exigidos pelos sistemas capitalistas. Neste sentido, assume-se como um circuito de produção paralelo” (Gonçalves, 2010). Este circuito aproxima produtor e leitor. Funcionando à margem dos meios de distribuição normais, as publicações chegam ao seu público de uma forma muito pouco mediada, por vezes numa relação de venda direta do produtor ao público. É neste movimento de distribuição, em que a cadeia de intermediários leva o produto até ao consumidor, que, afirma Gonçalves, se encontram as alternativas e tangentes aos circuitos comerciais, e se encontra o leitor ideal. Com uma tiragem assumidamente reduzida, as edições chegam a um número muito pequeno de interessados. Livres de pressões económicas e preocupações de rentabilidade, os editores procuram não um público vasto, mas um público muito específico, ou seja, um público ideal.

O sistema social de distribuição e, com este, a consolidação da comunidade são, para Robert Drake (1992), mais importantes que os meios físicos de produção. Em última e radical instância, podemos afirmar que a publicação só se faz para construir essa noção de comunidade. Começa por ambicionar encontrar o leitor ideal e deste estende-se ao colectivo, ao reconhecimento dos seus pares. Esta consciência ou emoção colectiva [...] promove a fusão entre o artista e o grupo de leitores. É esta espécie de empatia latente, não obrigatoriamente baseada na consensualidade do gosto, que leva a maior parte dos editores ao encontro do leitor ideal. A publicação é mais um elemento de socialização, mas também de socialismo. Perante a autoridade histórica da publicação, dilui-se a ansiedade pela autoridade do artista, pela sua individualidade forçada, ao encontro agora do valor do colectivo, da cooperação. (Gonçalves, 2010)

Esta distribuição próxima do consumidor é consequência de uma rede de contactos estabelecida entre editores e pontos de venda alternativos que acaba por conseguir criar uma pequena comunidade unida de colaboração e entajuda. No texto *Show me yours, I'll show you mine*, presente no livro *Behind the Zines: the self-publishing culture*, Commentz fala-nos de uma rede flexível mas resistente, modelada à imagem da *World Wide Web*.

*É uma rede baseada em entusiasmo, idealismo e pragmatismo: Quem conhece a melhor impressora a um preço acessível? Ou um encadernador barato e flexível, que esteja disposto a ir um pouco mais além por uma pequena edição? Vendes as minhas zines se eu promover as tuas? Baseada numa rede de 'sussurros Chineses' e uma abordagem moderna à economia barter, todo o sistema prospera no feedback construtivo, físico e financeiro, e num pouco de dar e receber.*¹² (Commentz, 2010 p.5)

12. No original inglês: *It is a network built on enthusiasm, idealism, and pragmatism: Who knows the best affordable printer? Or a cheap and flexible binder, willing to go that extra mile (or centimeter) for a tiny edition? Will you sell my zines if I promote yours? Based on an enticing web of Chinese whispers and a modern take on the barter economy, the entire system thrives on physical, financial and constructive feedback as well as a certain amount of give and take.*

É neste contexto que eventos de divulgação e dinamização da área desempenham um papel fulcral, fornecendo pontos de venda regulares, em que o contacto com o público e com outros editores permite o fortalecimento destas redes, dando consistência à comunidade. Na sua dissertação de mestrado *Suportes para uma edição reflexiva*, Maria João Macedo refere a importância da comunidade alternativa e específica associada aos projetos editoriais independentes, uma vez que as editoras trabalham com a confiança da pertença a uma comunidade, nos incentivos de compreensão e colecionismo que os seus próprios produtos colocam.

Sabemos que a manutenção desta(s) colectividade(s) se dá muito à custa do interesse recíproco que umas manifestam pelas outras: os editores de umas são público das outras, os autores repetem-se desta para aquela publicação, uns citam os outros e depois juntam-se para colaborar num projecto diferente, os consumidores são também produtores de publicações independentes. São, de facto, relações algo promíscuas, mas que fazem disso a sua razão de ser. A competição dá lugar à cooperação, as características identitárias individuais esbatem-se para dar lugar a uma noção de colectividade – o território da publicação independente sai reforçado, contando que a capacidade crítica não perca terreno. (Macedo, 2010 p.57)

Em Portugal, um dos eventos com mais impacto e regularidade na área da edição independente tem sido a *Feira Laica* (Fig. 2), organizada pela associação Chili com Carne, que já conta com 20 edições. O projeto da feira tem-se mostrado consistente ao longo dos anos, conseguindo motivar e apoiar novos editores na sua prática. Falaremos deste projeto aprofundadamente, um pouco mais à frente (pág. 31).

Durante o último ano têm surgido outras iniciativas ligadas à promoção da edição independente. Para além da *Feira de Publicação Independente*, com a sua primeira edição a 17 de Junho de 2011, seguida de três outras edições em 2011 e 2012, em Setembro de 2011, surgiu a *Books Make Friends*, organizada por José Bártole na ESAD de Matosinhos, e um pouco mais tarde, em Outubro de 2011, a organização Farrapeira teve também

o seu primeiro evento ligado à edição. Estas e outras iniciativas demonstram uma tentativa geral de dinamizar a área, criando espaços de discussão e de partilha onde o público consegue um contacto direto com as edições e os editores.

Apesar desta convivência de e para a comunidade, onde se partilham ideias e trabalhos com motivações mais pessoais e emocionais do que propriamente financeiras, os editores têm também de se preocupar com a sustentabilidade dos seus projetos. Para além de uma edição e publicação cuidada de bons livros, é necessário ter em atenção aspectos burocráticos menos interessantes, mas igualmente importantes na manutenção de uma editora dita independente. A sustentabilidade de uma editora depende de vários fatores, que devem ser tidos em conta. Fatores como gestão de tempo e de recursos, custos de produção, e comissões de venda, são exemplos entre muitos outros. Embora o editor independente o possa ser através de estratégias de gestão e distribuição dos seus produtos



Figura 2 - Cartaz da 1ª edição da *Feira Laica*, em 2004, desenvolvido por José Feitor.

que funcionem à margem do mercado convencional, isso não implica uma total independência de fundos e subsídios estatais que possam ajudar a colmatar a ausência de lucro. Contudo, a grande vantagem ‘económica’ neste mercado está precisamente na criação destas estratégias de sobrevivência paralelas, que não necessitam de uma grande margem de lucro para sobreviver, e que conseguem de uma forma um pouco mais justa, devolver o investimento ao autor, sem uma grande fila de intermediários, como seria natural no mercado editorial convencional.

Esta mera tentativa de subsistência da área, face a uma tentativa de prosperar economicamente, reflete-se também na sua pobre oficialização e registo. É raro encontrarmos editoras independentes com possibilidade de passar fatura ou recibo. Poucas são as que se preocupam em arquivar publicamente os seus projetos, e ainda menos aquelas que registam ISBN¹³ ou Depósito Legal.¹⁴ Estas publicações existem assim de uma forma efémera, em muito poucas lojas espalhadas pelo país, e raramente se encontram em acervos públicos.

Em Portugal existem duas instituições fundamentais, que trabalham no sentido de arquivar e organizar a edição independente nacional, maioritariamente ligadas à ilustração e banda desenhada: a Bedeteca de Lisboa e a Bedeteca de Beja.

Neste contexto, embora a dinamização da edição independente através de promoção de eventos e criação espontânea de pontos de venda possa ter tido, ao longo do último ano, algum impacto, ainda se revela maioritariamente pontual e pouco consequente. Ao mesmo tempo, sente-se a falta de mecanismos que organizem a área numa tentativa de registo e estruturação, e que possam promover o que foi e o que está a ser feito na edição independente para além da banda desenhada e da ilustração.

Ao longo deste projeto tentaremos contribuir para a resolução de alguns desses problemas procurando sempre viver de e para essa comunidade que é a edição independente em Portugal.

(...) hoje, a suposta independência exige a construção de uma comunidade, de uma rede de colaboração. A independência exige a inter-dependência. (Gonçalves, 2010)

13. O ISBN (*International Standard Book Number*) é um mecanismo de identificação para livros e publicações de carácter não periódico. Atualmente a coordenação internacional do sistema ISBN pertence à Agência Internacional em Berlim (organismo da Biblioteca Estadual de Berlim). Desde Janeiro de 2007, passou a ser um registo com 13 dígitos e, identifica uma única e inequívoca publicação, o editor, o título e a sua origem geográfica. É reconhecido em mais de 160 países. Em Portugal, foi a APEL (Associação Portuguesa de Editores e Livreiros), quem introduziu este sistema em 1988, tornando-se a Agência Nacional de ISBN, responsável pela gestão e atribuição de prefixos a editores e números para as suas publicações. Pode ser consultada informação mais detalhada e atualizada em <http://www.apel.pt>.

14. O Depósito Legal é uma figura jurídica obrigatória com origem no Alvará de 12 de Setembro de 1855. Despacho emitido por D. João, príncipe regente de Portugal, onde se impõe a entrega de um exemplar de todos os documentos impressos nas terras do reino português. Hoje em dia, o Depósito Legal é um serviço administrado pela BNP (Biblioteca Nacional de Portugal), tentando cumprir a tarefa de agrupar, arquivar e distribuir as publicações pertencentes ao património nacional, disponíveis ao público através da distribuição por uma rede de bibliotecas (dois exemplares para a BNP e um exemplar para cada uma das seguintes instituições: Biblioteca Pública de Braga, Biblioteca Pública de Évora, Biblioteca Municipal de Coimbra, Biblioteca Geral da Universidade de Coimbra, Biblioteca Municipal de Lisboa, Biblioteca Municipal do Porto, Direcção Regional dos Assuntos Culturais da Região Autónoma da Madeira, Biblioteca Pública e Arquivo Regional da Região Autónoma dos Açores e Biblioteca do Real Gabinete Português de Leitura do Rio de Janeiro – Brasil). Pode ser consultada informação mais detalhada e atualizada em <http://www.bnportugal.pt>.

2.

CASOS DE ESTUDO



É importante agora analisar um conjunto de projetos que se relacionam com o trabalho que se pretende aqui desenvolver. Neste capítulo serão apresentados casos de estudo, onde tentaremos perceber o funcionamento de algumas editoras e associações, analisando os seus projetos, e aprofundado as suas motivações.

Numa primeira parte serão analisadas editoras independentes nacionais, que têm desenvolvido trabalho nos últimos anos. Numa segunda parte, o estudo foca-se em associações ou grupos que procuram dinamizar a sua área cultural de intervenção, não se relacionando necessariamente com a edição, mas que partilham de motivações semelhantes aos projetos editoriais independentes referidos.

2.1

EDITORAS



Desta forma, numa primeira parte optámos por analisar três editoras: Chili com Carne (Lisboa), Oficina do Cego (Lisboa) e Braço de Ferro (Porto). Estas editoras, escolhidas entre um grande leque de possibilidades, destacam-se não só pela qualidade dos seus projetos editoriais mas também pelo seu trabalho extra edição. Cada uma delas promove iniciativas que procuram dinamizar a publicação independente, e incentivar novos editores à prática. Esta característica torna-se particularmente relevante para o estudo aqui apresentado, pelos paralelismos que podem ser criados com o projeto que se pretende desenvolver.

Neste estudo, será importante perceber a dinâmica das editoras e o impacto que têm na sua área de ação. Queremos analisar de que forma funciona uma editora independente, quer em termos de produção editorial, como em termos de gestão. É essencial perceber de que modo se sustentam estes projetos, quais os seus objetivos e público alvo, se estão realmente a ser cumpridos, e se será possível criar mecanismos de dinamização e organização deste meio.

Mais do que uma análise, estes estudos servem fundamentalmente como meio de contacto com estas editoras, que se convertem em matéria prima essencial para o projeto desta dissertação. Para que possa existir um maior crescimento e consolidação da plataforma em desenvolvimento, torna-se importante tentar perceber de que forma estes projetos se financiam e como mantêm vivas as estruturas por trás das suas edições. É ainda

relevante perceber as motivações destas editoras, conseguindo, assim adequar o projeto às suas necessidades. Tomando como exemplo particular a secção de *Recursos* na plataforma *online*, onde estarão disponíveis apoios e meios que pretendem auxiliar à publicação, é perceptível o quão essencial será a contribuição destas editoras, para podermos afirmar com maior autoridade e certeza que a informação que fornecemos é útil e pertinente. De uma forma mais abrangente, queremos também perceber se as pessoas que trabalham na área veem uma utilidade real no projeto e que contributos podem dar para o seu desenvolvimento.

A escolha destas três editoras surge não só com base na longevidade e coerência dos seus projetos, mas também tendo em atenção o trabalho que têm desenvolvido para além da edição de livros ‘convencional’.

Qualquer uma das editoras escolhidas demonstra vontade de expandir a sua área de ação, aliando-se a outras editoras, organizando exposições, feiras, *workshops* ou conferências, entre muitos outros projetos. No fundo todas elas vivem para além das publicações, com uma atitude aberta a novos projetos e parcerias, mostrando uma preocupação com a edição de livros, que vai para além da sua publicação. Interessam-se em desenvolver e dinamizar esta área da edição, mantendo essa vontade com regularidade, coerência e resultados consequentes.

Como tal, foi feita a cada editora uma entrevista, presencial no caso da Chili com Carne, e via *e-mail* no caso da Oficina do Cego, onde foram focados pontos semelhantes. No caso da editora Braço de Ferro não foi possível ter acesso a uma entrevista, contudo o material recolhido revela-se bastante esclarecedor acerca da natureza desta editora. Tentámos perceber porque decidiram editar, como e onde começaram, de que forma trabalham, se os projetos são sustentáveis, entre outras questões que foram sendo levantadas.

É importante aqui notar que o texto que se segue não é uma transcrição direta da conversa com as editoras mas sim uma análise, que utiliza como base algumas das respostas que nos foram dadas. Desta forma pretendemos criar uma narrativa fluída que melhor ajude a perceber a natureza particular de cada editora, focando as suas ideias e opiniões, e simultaneamente tratando a informação de uma forma crítica e aprofundada. Essencialmente, vamos tentar fornecer algum contexto para cada uma das editoras, falando um pouco da sua história e da sua atuação, procurando encontrar pontes entre os seus projetos e aquele que está a ser desenvolvido nesta dissertação.

Esta análise narrativa pretende encontrar padrões de metodologia e motivação nos vários projetos, conectando-os entre si como parte de uma cultura que se tem desenvolvido e consolidado nos últimos anos.

CHILI COM CARNE



Data de Início: 1995

Local: Lisboa, Portugal

Tipo de publicações e atividades: Produção editorial ligada à banda desenhada, ilustração, prosa e poesia independente, e organização de eventos ligados à edição independente como a *Feira Laica*.

Queríamos montar uma estrutura que fortalecesse os projetos das pessoas que estavam envolvidas. Obviamente com uma associação há coisas que podem ser feitas, como receber subsídios ou legalizar publicações, e tem-se um impacto diferente sobre o meio. (Farrajota, 2012b)

A Chili com Carne define-se como uma associação cultural sem fins lucrativos, funcionando agora em parceria com outras editoras como a MMMNNRRRRG, a El Pep, a Opuntia Syndrome e a Imprensa Canalha, todas oriundas da cidade de Lisboa.

Embora inicialmente a edição de livros não constituísse o foco central do seu trabalho, a associação foi aos poucos percebendo que entre os vários projetos que desenvolviam, como exposições, curtas-metragens, ou outros objetos de expressão artística, aquele que melhor servia os propósitos dos vários intervenientes seria a publicação, o que só aconteceu de uma forma definitiva em 2000. Segundo o texto de apresentação que disponibilizam no seu *website*, o seu “funcionamento assenta na cooperação livre e espontânea dos seus associados” (Chili com Carne, n.d.). Considerando “prioritária uma linha de atuação que privilegie a independência do autor, entendida como liberdade e autonomia de critérios do produtor de objectos artísticos, acentuando a diversidade de formas e conteúdos que caracterizam a expressão artística e cultural contemporânea” (Chili com Carne, n.d.).



Figura 3 - Logótipo da Associação Cultural Chili com Carne.

A associação dedica-se também à organização de exposições, feiras e *workshops* que de uma forma ou de outra se relacionam com a edição, e acabam por ser movidos por motivações semelhantes. Entre estes projetos está uma das mais importantes feiras de edição independente do país: a *Feira Laica*. Esta feira teve início em 2004, na tentativa de criar um evento focado em edição independente que não se ficasse pelos projetos pontuais com pouca regularidade da altura, e que pudesse criar um ponto de venda e divulgação regular com uma boa seleção de fanzines e ilustração. Já foram realizadas 20 edições, com a mais recente a acontecer no passado dia 30 de Junho de 2012, em Lisboa.

No nosso caso há muitos projectos a acontecer ao mesmo tempo, ou seja, não somos uma editora no sentido clássico. (...) Realmente as coisas partem muito da orgânica do momento. (Farrajota, 2012b)



Figura 4 - Cartaz da 20ª Feira Laica, desenvolvido por Bráulio Amado, 2012.

Segundo a editora, o desenvolvimento de cada publicação não é preparado e premeditado de uma forma organizada. Por vezes as publicações nascem de uma vontade interna da editora, noutros casos são projetos propostos por autores exteriores. Esta situação implica um processo de seleção da parte de editora que vai definindo que autores e que conteúdos poderão interessar ao projeto da associação.

Cada edição vive de uma vontade pontual de desenvolver este tipo de trabalho, sobre este determinado assunto, neste momento particular. Partindo dessa vontade, cada publicação segue o seu próprio percurso e vai crescendo à medida das suas necessidades, sendo publicada passado um mês da sua génese editorial ou passado um ano. Se a publicação o justificar poderá ser pensada e desenhada de uma forma extremamente profissional, com recurso a um designer e meios de produção relativamente sofisticados. Por outro lado, mediante os conteúdos da publicação, a produção também poderá ser totalmente manual, só com a ajuda de um *scanner* e de uma impressora caseira.

Cada publicação da Chili com Carne é essencialmente o projeto de um editor, ilustrador, escritor que se relaciona e identifica com a associação, e que, trabalhando em conjunto com os editores, produz o seu próprio objeto de culto.

Mais que um hobby, é sobretudo teres a liberdade de criação e de produção de qualquer coisa, de um objeto, de um conteúdo, que tu podes fazer como tu queres quando tu quiseres. (Farrajota, 2012b)

A editora facilita ao autor a produção gráfica do livro, o desenvolvimento do design, a distribuição e divulgação, enquanto que o autor fornece ideias e conteúdos. Após a produção, a divulgação é feita maioritariamente por correio eletrónico. Raramente são realizados lançamentos, ou qualquer tipo de evento relacionado com um livro específico.

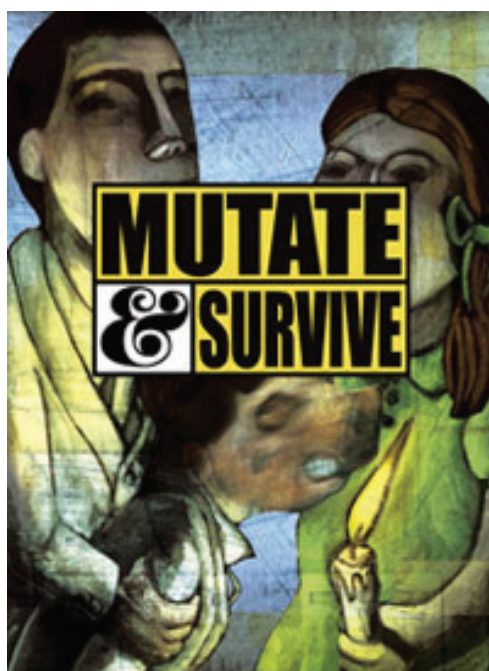


Figura 5 - Capa do livro *Mutate & Survive*, uma coletânea de ilustração e banda desenhada, lançado em 2001, uma das primeiras edições da Chili com Carne.

Quanto à distribuição, embora no início tenha sido feita uma tentativa mais comercial, através de uma distribuidora convencional, a associação Chili com Carne faz agora este trabalho de uma forma independente, através de três vias principais: lojas, feiras e *online*. No primeiro caso, são enviados exemplares dos livros para lojas e galerias, que vendem os produtos à consignação. Neste caso existe um distanciamento maior do público, e um menor envolvimento da editora. As vendas são pontuais e dispersas ao longo do tempo, mas esta é uma forma simples de manter a editora visível e acessível em vários pontos do país e do mundo. No segundo caso, as feiras, existe um maior envolvimento da parte da editora, que, regra geral, se desloca ao local da feira com a sua banca para vender os produtos diretamente ao público. Neste caso as vendas têm tendência a subir, conseguindo-se um lucro maior em cada publicação. Por outro lado, as vendas *online*, funcionam um pouco com a velocidade de venda das lojas, mas com a margem de lucro de uma feira. No caso da Chili com Carne, a venda *online* traz uma outra vantagem para o consumidor. Pelo valor de uma cota anual, este tem a possibilidade de se tornar sócio da associação, chegando a ter descontos de 50% em cada publicação. Esta estratégia permite à editora fidelizar o seu público, garantindo um valor anual que ajuda a sustentar a editora.

Sendo assim, após a sua publicação, cada livro vai sendo sujeito a uma série de meios de venda, conseguindo eventualmente esgotar os exemplares. Este processo de venda pode ser bastante lento, chegando a demorar dez anos a venda total de uma determinada publicação.

De uma forma generalizada, toda a nossa atividade em dez anos, está paga. (Farrajota, 2012b)

Embora as vendas de cada edição se prolonguem no tempo, a associação afirma ser um projeto sustentável, que, através de vendas e apoios externos, consegue sobreviver e pagar toda a sua produção.

Assumindo as vendas como a fonte ideal de pagamento das edições, a editora aceita apoios financeiros e subsídios do Estado como parte da sustentabilidade de um projeto cultural deste género. Marcos Farrajota, um dos fundadores da Chili com Carne, afirma a utilidade destes apoios, “desde que esse subsídio não interfira de forma alguma sobre o trabalho” (2012). Segundo a editora, esta interferência nos conteúdos é muito rara, e nunca constituiu um problema nas suas publicações.

Como referido acima, a *Feira Laica* tem desempenhado um papel fundamental no trabalho da Chili com Carne. “É o evento de edição independente mais regular e com mais visibilidade pública em Portugal.” (Feira Laica, 2012) A feira vive segundo alguns objetivos essenciais: “criar um momento catalisador de novidades editoriais, potenciar o encontro de editores independentes e a reflexão sobre a actividade criativa e editorial” e promover “a bibliodiversidade e a luta contra o monolitismo cultural” (Feira Laica, 2012).

A *Feira Laica* tem surgido maioritariamente em Lisboa, mas já teve edições pontuais em outros locais do país como Palmela, Oeiras, Seixal, Porto e Coimbra, mantendo nos últimos anos uma regularidade semestral entre

Porto e Lisboa. A feira é organizada pela Chili com Carne, em conjunto com outros editores e criadores que “funcionam como foco galvanizador de uma comunidade criativa muito mais abrangente” (Feira Laica, 2012).

Não existindo assumidamente um público-alvo, a feira existe para interessados em banda desenhada, ilustração, literatura, música, impressão e edição independente em geral.

Para além da sua pertinência como editora, que tem vindo ao longo dos anos a recolher e publicar o trabalho de inúmeros ilustradores e escritores, o trabalho da Chili com Carne, ganha uma real consequência e visibilidade na sua ligação à *Feira Laica*. Este projeto que, de uma forma aberta, procura criar um ponto de encontro regular para as editoras independentes nacionais, divulgando e estimulando o seu trabalho, ao mesmo tempo que promove exposições e concertos, garante aos editores uma coerência e uma estabilidade na sua relação com o seu público e com os outros editores. A sua longevidade tem conferido credibilidade e relevância a esta feira que continua até hoje a divulgar novos nomes da edição independente nacional e internacional.

É ainda importante referir que a Chili com Carne e a *Feira Laica*, demonstram regularmente um gosto pela publicação, que vem do prazer de publicar e produzir objetos visualmente interessantes, em detrimento de uma análise aprofundada crítica e teórica sobre a sua área de atuação. Esta visão emocional daquilo que é a publicação independente tem caracterizado o seu trabalho ao longo dos anos.



Figura 6 - 5ª edição da *Feira Laica* em Dezembro de 2006, Lisboa.

OFICINA DO CEGO



Data de Início: 2009

Local: Lisboa, Portugal

Tipo de publicações e atividades: Produção editorial ligada à banda desenhada, ilustração, prosa e poesia independente, e oferta formativa com *workshops* e exposições ligados à edição.

A Oficina do Cego (...) tem duas vertentes: formativa e editorial. Até aqui tem funcionado com mais regularidade a parte formativa (...).

Foi fundada por 10 pessoas ligadas a diversas áreas: ilustração, impressão, design gráfico, crítica de banda desenhada e ilustração. (Henriques, 2012)

A Oficina do Cego é uma associação cultural sem fins lucrativos que desenvolve trabalho no domínio das artes gráficas, seja a nível de formação ou edição independente. O seu nome teve origem numa importante casa de impressão do séc. XVIII, recuperando “recursos e fundamentos da antiga Oficina Tipográfica, Calcográfica e Literária do Arco do Cego, activa na passagem do séc. XVIII para o séc. XIX, que conjugava meios necessários à pré-impressão, impressão e pós-impressão. A exigência do seu plano editorial deu origem à criação da Aula de Gravura, um espaço de formação onde se aprendia fazendo” (Bártolo, 2010 p.27).

A associação recupera essa vontade de formação, dedicando-se não só à publicação, mas também à organização de seminários, *workshops* e exposições, promovendo um maior e melhor entendimento das artes gráficas e da edição caseira.



Figura 7 - Fotografia de divulgação para um *workshop* de iniciação à encadernação. “Tendo como ponto de partida a construção de uma prensa rudimentar de encadernação, a formação tem como objetivos dotar os participantes de noções teóricas e práticas necessárias para realizarem as suas próprias encadernações.” (Oficina do Cego, 2012)

De um grupo informal de pessoas de várias áreas que participava já em exposições e feiras de uma forma individual (nomeadamente a *Feira Laica*), nasceu a vontade de trabalhar em conjunto, criando um espaço onde pudesse viver a troca de ideias e influências, juntando esforços, conhecimentos e materiais. Com este núcleo central mais ativo, a associação cresceu para cerca de 48 associados, que participam e colaboram nos projetos do coletivo.

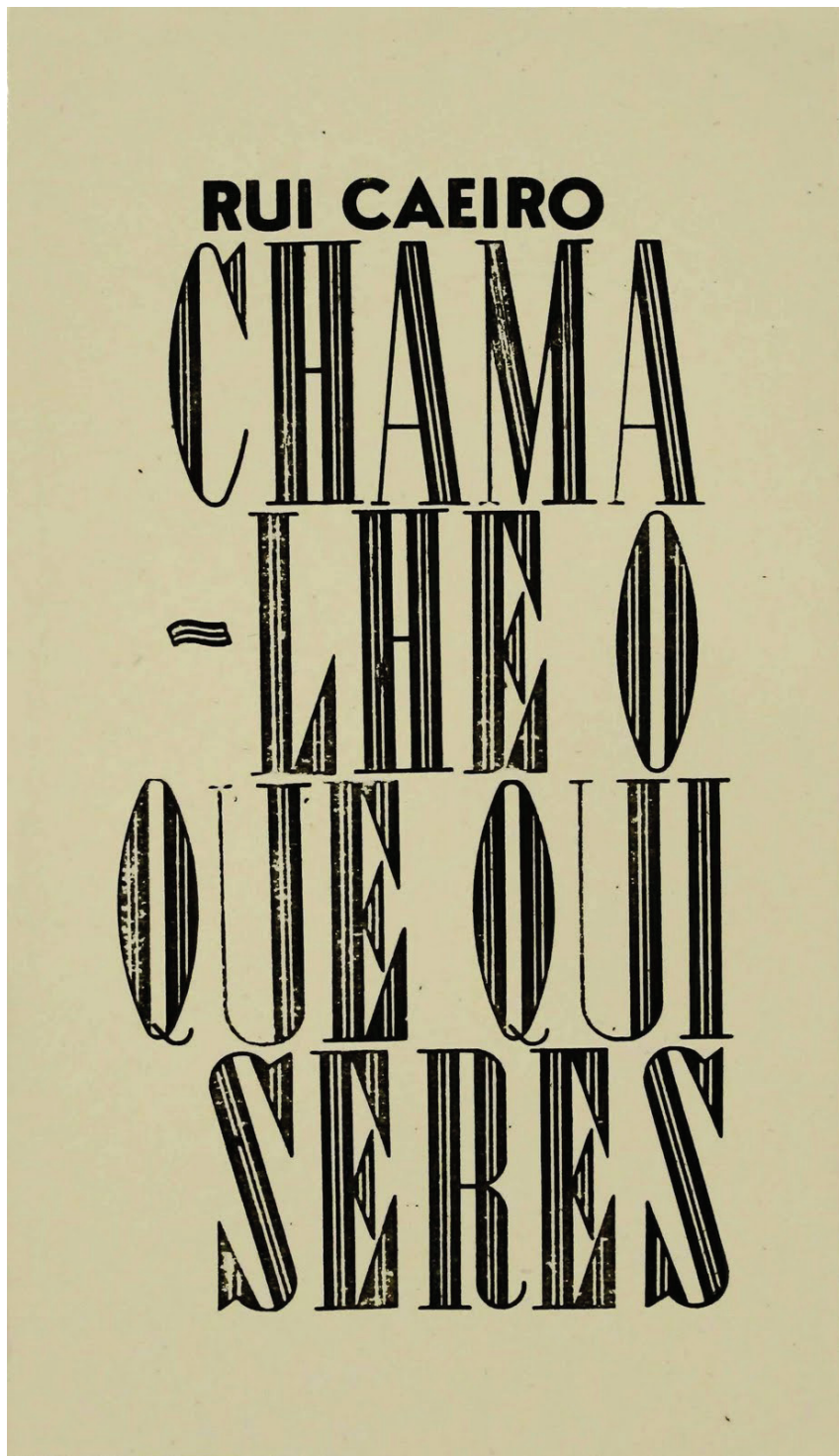


Figura 8 - Capa da publicação *Chama-lhe o que quiseres* de Rui Caeiro, 2010. A publicação foi impressa integralmente através de serigrafia.

“A edição foi sempre um objetivo. E publicar sem pedir licença a ninguém, fazendo como bem entendemos, também” (Henriques, 2012), contudo a ideia de uma oferta formativa pareceu ser sempre central ao projeto, possibilitando a sustentabilidade da associação.

As edições podem ser feitas com métodos tradicionais, caídos em desuso, como a tipografia de caracteres móveis. Podem também ser feitas em serigrafia ou cópia digital. Podem ser feitas em off-set. As possibilidades são infinitas. Mas interessa-nos aprender tudo e participar na feitura de todo o processo. (Henriques, 2012)

Segundo a associação não existe um plano único que defina o modelo editorial a seguir. Existem maioritariamente duas formas de pensar uma publicação: coletiva e individual. Por vezes o grupo toma a iniciativa de produzir uma edição em conjunto, procurando a participação e contribuição de todos os membros de forma ativa. Noutros casos um ou mais sócios propõem uma ideia, que consoante os interesses dos membros e da associação poderá ser construída e desenvolvida de uma forma relativamente desligada do resto do grupo. Os artistas, ilustradores ou escritores convidados para as várias publicações surgem também de uma forma intuitiva, por proximidade, admiração ou afinidade, participando de uma forma mais ou menos ativa no processo de produção.

O seu público é vasto, desde leitores de poesia, ao público colecionador de fanzines, ou, de uma forma mais geral, a qualquer “público que se interessa por bizarras gráficas” (Henriques, 2012).

Procurando uma grande variedade de métodos de impressão nas suas publicações, utilizando desde técnicas de impressão de grande escala como o *offset* ou processos de produção caseira como a serigrafia ou a gravura, produzem tiragens reduzidas, entre 100 a 200 exemplares por publicação.

A divulgação é feita essencialmente através do blogue e de alguma publicidade boca a boca, que a associação acredita ser uma das suas melhores ferramentas. Para além disso realizam com alguma regularidade eventos que reúnem muitos dos seus potenciais interessados, divulgando o projeto junto do seu público principal. “Para a dimensão que temos é suficiente: as edições esgotam.” (Henriques, 2012)

Para além da venda de edições, o projeto tem-se sustentado maioritariamente com a organização de eventos, *workshops* e seminários, e através do pagamento de cotas dos seus associados (3 euros por mês). Não têm vivido com apoios ou subsídios, por más experiências passadas, mas não põem de lado a possibilidade, nem lhes parece uma opção que contrarie a independência do projeto. Fundamentalmente preocupam-se, antes de cada objeto ou evento, em perceber se será sustentável e se compensa avançar. A partir desse ponto, qualquer projeto é possível e viável dentro da associação sem grandes preocupações com lucro.

Eu diria que a parte formativa e os eventos são o cimento da associação. Sem isso, já não existiríamos. (Henriques, 2012)

Com o objetivo de promover a formação e a aprendizagem de artes gráficas caídas em desuso, a Oficina do Cego organiza de uma forma ativa formações e *workshops* nas mais variadas áreas ligadas à impressão e autoedição. Pretendem promover a liberdade de divulgação, e um certo entusiasmo pela “bizarria e pequena edição” (Henriques, 2012). Os eventos têm decorrido em várias cidades do país, mas maioritariamente em Lisboa, onde se encontra sediada a associação. Existiram já tentativas de sair da capital, contudo, a falta de apoios e recursos impossibilita uma atividade mais permanente noutros locais.

A Oficina do Cego visa (...) responder à necessidade de juntar esforços no domínio das artes gráficas de carácter autoral, criando uma plataforma capaz de reunir meios, recursos, conhecimentos e motivações que através da edição, do seu ensino, experimentação, crítica e produção, contribua activamente para a transformação cultural. (Bártolo, 2010 p.27)

A associação tem conseguido ao longo destes últimos anos reavivar um interesse generalizado pelas técnicas de impressão de uma forma contemporânea, recuperando uma atenção ao detalhe, ao erro, e ao objeto único nos seus projetos e *workshops*. Conseguem de uma forma direta e eficaz dinamizar a área em que estão inseridos, trabalhando de um modo coerente no sentido de promoverem os seus próprios projetos e incentivando outros a iniciar a sua prática.



Figura 9 - Cartaz para o curso *Auto-edição: curso de técnicas e práticas de edição e impressão* promovido pela Oficina do Cego. “O curso de Auto-Edição da Oficina do Cego oferece uma formação transversal que alia a aquisição e aplicação efectivas de competências em artes gráficas – segundo o lema ‘aprender, fazendo’ ao conhecimento das práticas editoriais, contextualizando a sua história e as múltiplas tendências actuais.” (Oficina do Cego, 2012)



Data de Atividade: 2007 - 2011

Local: Porto, Portugal

Tipo de publicações e atividades: Produção editorial ligada ao livro de artista e livros teóricos sobre arte e design, acompanhada do Navio Vazio, um espaço físico programado e editado como um livro.

*Sem forma de expressão definida. Sem forma de acção definida. Um livro é uma forma de acção possível. Todo o preconceito é repressivo. Toda a fórmula pode ser utilizada. Sem expressão definitiva. Sem redacção definitiva. Vários textos contraditórios podem muito bem nascer de um mesmo evento. Não ao livro definitivo.*¹⁵ (Braço de Ferro, 2009)

15. Na exposição *O que é urgente mostrar*, Experimenta Design 2009, comissariada por José Bártolo, vários autores foram convidados a expressar a sua ‘mensagem urgente’ através da escolha de um cartaz do Espólio Ernesto de Sousa, associando a este um cartaz da sua autoria. A editora Braço de Ferro escolheu o cartaz *Ne coupez pas n°4* de Jean Claude Moineau, desenvolvendo por sua vez um cartaz intitulado *Um livro é uma forma de acção possível*. O texto citado pode ser lido nesse cartaz, e resume de alguma forma a visão da Braço de Ferro sobre o que será o objeto livro.

A Braço de Ferro foi uma editora independente dedicada à edição de livros relacionados com arte e design, maioritariamente teóricos. A sua equipa, sediada no Porto, era composta pela artista Isabel Carvalho, e pelo designer gráfico Pedro Nora. “Os editores da BF vêem no livro uma forma de acção pública (publica-acção) e política, que deve potenciar a reflexão e o enriquecimento do leitor e proporcionar uma alternativa aos meios estabelecidos de veiculação de conhecimento.” (Braço de Ferro, 2012)

O trabalho da editora nasce já depois dos dois editores terem desenvolvido outros projetos em conjunto. Antes de publicarem como Braço de Ferro, Pedro Nora e Isabel Carvalho tinham já colaborado no coletivo *Alíngua*, que editou várias publicações, entre elas a *Satélite Internacional*.¹⁶ Esta publicação irregular teve quatro números entre 2002 e 2005, ao longo dos quais se percebe um crescente interesse e aprofundamento da edição e das suas potencialidades, passando de uma abordagem muito ilustrativa para conteúdos quase exclusivamente teóricos nos últimos números. É interessante perceber as motivações d’*Alíngua* que na sua apresentação *online* apontavam já o caminho do que viria a ser a Braço de Ferro.

Todos nós, participantes do alíngua, temos em comum o facto de gostar de contar histórias. Algumas inventamos e outras recriamos visualmente a partir de autores literários com os quais nos identificamos. E gostaríamos que as histórias continuassem a ser a linha que nos orienta para o futuro: nos próximos números, nas próximas colaborações que possam surgir, ou noutros projetos que este grupo decida realizar paralelamente ao alíngua. Por fim só temos a prometer melhoramentos. Talvez com uma pequena ajuda financeira vinda de algum lado, interessada em incentivar as nossas imaginações. (Nora, 2001)

A publicação *Wanda*, lançada em Setembro de 2007, marca o início oficial da Braço de Ferro, compilando crónicas eróticas, anteriormente publicadas por Isabel Carvalho no blogue *Wanda-button*, “onde podem ler-se histórias

16. “Apesar de irregular em todos os aspectos – formato, conteúdos, periodicidade, e até preço – há algo que se mantém disciplinado e conforme as vontades férreas dos seus mentores: a qualidade. A *S.I.* não é uma mera publicação de trabalhos ou objecto circunstancial, mas sim uma vontade editorial em mostrar que tipo de caminhos laboratoriais são por vezes possíveis. É também uma espécie de catálogo de uma banda desenhada ‘de autor’, mais ou menos ‘experimental’, mais ou menos ‘gástrica’, mas sempre com poucas ou nenhuma concessões às ‘necessidades’ do mercado ou aos ‘gostos vigentes’. Conta sempre com colaborações internacionais e não são nada desprezíveis esses nomes convidados.” (Moura, 2005)

que se referem a temas como a masturbação; a homossexualidade feminina e masculina; a troca de papéis sexuais; a sensualidade e o erotismo; a liberdade sexual feminina; a sexualidade do casal heterossexual (...)” (Duarte, 2010 p.95).

O crescimento e desenvolvimento da editora não seguiu propriamente um caminho planeado. Foi surgindo à medida das vontades e possibilidades dos seus autores. Na tese de mestrado *Publicação Independente: Auto-edição e discurso crítico sobre design gráfico*, Isabel Duarte fala das motivações que conduziram ao início da Braço de Ferro. “A origem da Braço de Ferro, em 2007, é consonante com a mudança de intenções editoriais do projeto anterior e com a vontade de combater a falta de produção artística, crítica e teórica impressa e alternativa que a escassa documentação no meio artístico nacional originava.” (Duarte, 2010 p.96) Embora a editora assuma não ter motivações ‘panfletárias’ para a sua prática, sentem “a necessidade de registar, para inscrever na memória, certos acontecimentos. Gostam de livros e daquilo que certas pessoas fazem, como tal, sentem uma obrigação social para documentar o que se passa” (Camanho, 2008 p.36).

Apoiando-me na minha experiência pessoal, julgo que o que leva uma artista a interessar-se por fazer livros, os seus livros, os livros dos outros, a gerir conteúdos, a fazer papel de editora, a ter um espaço para gerir, é saber que tudo isso faz parte de um mesmo processo de gestão e produção de conhecimento. (Carvalho, 2010a)

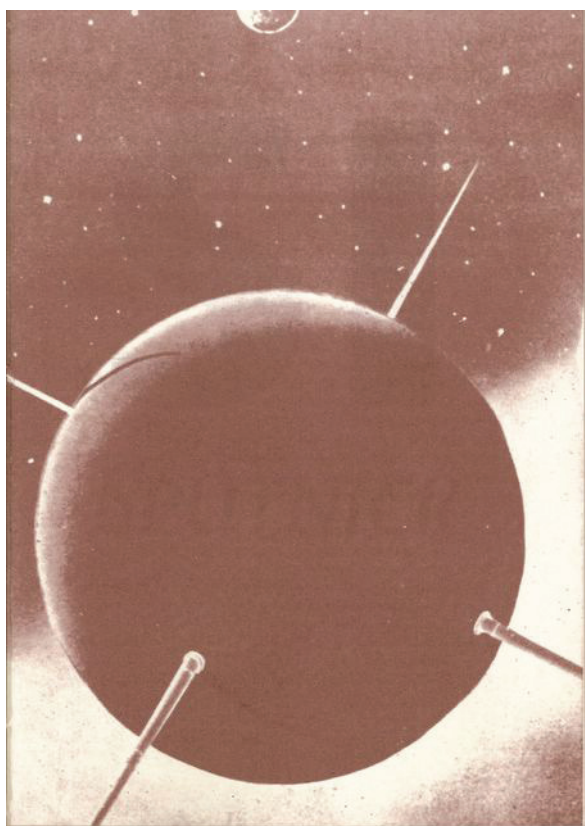


Figura 10 - Capa da publicação *Satélite Internacional* #04, 2005, editada pelo coletivo *Alingua*.

Neste momento, podemos encontrar no site da editora aquela que pareceu ser ao longo dos seus anos de atividade a sua principal motivação: o desenvolvimento de projetos “numa esfera de experimentação e de questionamento em torno do livro” (Braço de Ferro, 2012).

Até à data do encerramento da sua atividade foram editadas 32 publicações, que vão desde o livro convencional, a periódicos ou mesmo cartazes. Não existiu um formato definido para os livros, nem uma forma particular de os desenvolver. As tiragens foram sempre variadas, podendo ir de 100 exemplares aos 300, não repetindo nenhuma edição.

A divulgação também não parece ter sido uma preocupação particular da editora. Na sua tese de mestrado, Camanho refere que a editora não pensava numa estratégia de comunicação. Divulgavam o seu trabalho num blogue, que em breve se transformou em *site*, que passou a ser um catálogo *online* das publicações da editora. Essa foi sempre a sua principal fonte promotora.

Existia uma tentativa de publicar sempre em bilingue, de forma a atingir um público mais alargado, contudo o público-alvo também nunca foi assumido de uma forma definitiva, reconhecendo-se apenas que estaria ligado ao mundo da arte e design, abrangendo ainda os estudantes universitários.

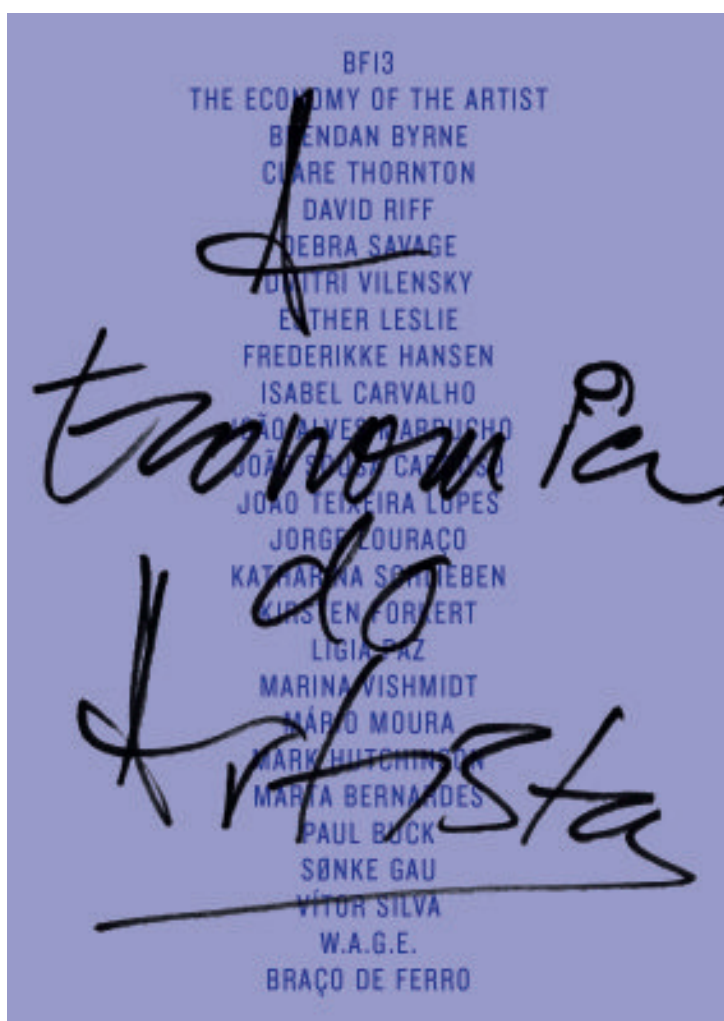


Figura 11 - Capa da publicação *A Economia do Artista*, 2010, editada pela Braço de Ferro.

Esta atitude informal relativamente à divulgação reflete a falta de ligação da editora à ideia de comércio ou de lucro. As suas ambições sempre foram abertamente trabalhar para que o próximo livro fosse possível. “Não é em lucro acumulado que se traduz este cálculo, porque não especulamos esse acréscimo no retorno, procuramos apenas assegurar que cada livro novo não coloque em risco os livros do futuro.” (Carvalho, 2010b p.24) Contudo, o facto de ignorarem a possibilidade de lucro não implica um total distanciamento de estratégias de sustentabilidade, tendo sempre em consideração fatores como a venda e o custo de produção, na realização de qualquer projeto. No texto *O valor de um livro*, na publicação *A Economia do Artista* da Braço de Ferro, Carvalho refere a sua passagem de um método de gestão financeira um pouco ingénuo, para uma abordagem mais realista aos preços praticados:

De um modo claro, decidimos o preço de cada um deles [livros] através da simples divisão do custo da impressão pelo número de exemplares — nem mais nem menos. Tentamos não excluir ninguém por razões económicas. No entanto, com o tempo, reparamos que a nossa ideia de preço de um livro divergia demasiado do custo real do mesmo (isto é, contabilizando todas as etapas de produção, e não por comparação ao que se passa no mercado livreiro ou nos circuitos de art books, que pouco nos dizem). Concluímos que não é pelo baixo preço que conseguimos chegar ao público e, ou começávamos a pensar nos custos reais de produção ou estaríamos condenados a fazer deste o último livro. (Carvalho, 2010b p.23)

No mesmo texto, a autora questiona-se ainda sobre o verdadeiro valor dos livros e sobre a impossibilidade de um cálculo real: “(...) mas o que *vale* realmente um livro que tem uma longa duração, que foi usado, que é um objeto no qual se projetam outros valores subjetivos? Não sabemos — é oscilante e incerto” (Carvalho, 2010b p.24).

Duarte fala ainda do impacto que esta visão financeira acaba por ter na produção editorial da Braço de Ferro. “Pedro Nora acredita que se a editora fosse a sua única atividade profissional tornar-se-ia automaticamente um projeto diferente porque dependeria financeiramente dele e condicionaria o prazer de uma atividade paralela. De facto, todas as decisões que tomam a nível editorial — a capacidade crítica do editor, a competência de recusar ou alterar um texto ou uma ideia — são feitas com base no conhecimento amador e no pensamento individual que têm. Talvez por isso e porque o fazem paralelamente a outras atividades profissionais, o trabalho que editam seja mais interessante, mais fresco e mais envolvido.” (Duarte, 2010 p.102)

Nos últimos anos, a editora estendeu também a sua atividade para além dos livros, através do Navio Vazio, “um espaço de ocupação temporária [que] será um local de experimentação editorial a três dimensões” (Braço de Ferro, 2012).

Situado na baixa do Porto, este espaço é programado e editado como se fosse um livro. Segundo Carvalho “a entrada do Navio Vazio assemelha-se

à lombada de um livro estreito, e todo o espaço a um possível livro cujo conteúdo estaria por conceber, reunir e organizar. Foi então que nos pareceu claro que se poderia programar como quem edita e editar como quem programa” (Carvalho, 2010a). Em 2010, foi organizado no espaço um ciclo de conversas e apresentações sobre livros, intitulado de *Impossível*. Para este evento a editora convidou uma série de designers, artistas e escritores a partilhar as suas bibliotecas privadas. Estas apresentações e a publicação delas resultante, foram descritas pela editora como “pretexto a apresentação de uma seleção heterogénea de livros, obedecendo a critérios rigorosos de carácter subjetivo, definidos individualmente pelos nove oradores convidados. As apresentações – invocativas de livros ausentes, ou presentes em exemplares únicos – serão gestos criativos e não fichas de leitura, fazendo do comentário e da citação uma nova obra” (Braço de Ferro, 2010). A utilização deste espaço como publicação é exemplificativa da atitude da editora perante a definição de edição e de livro, e demonstra mais um projeto de questionamento sobre o objeto editorial.

No contexto cultural contemporâneo, o Navio Vazio poderá ser reconhecido, de modo simples e directo, como um espaço expositivo distinto da galeria de exposições por se distanciar dos protocolos que provêm do interesse comercial, nomeadamente nas escolhas, apresentação/disposição e periodicidade da programação.

Contudo, desde o início do seu funcionamento, é um espaço cujas intenções (ainda que ténues, explicitadas no texto NAVEGAÇÃO ERRÁTICA DO LIVRO—SER—ESPAÇO, publicado no livro Impossível) pretenderam afastar-se da mera definição por alternativa a um modelo económico, procurando antes definir-se a cada passo como um novo enquadramento estético de funcionamento. Este enquadramento engloba naturalmente na sua realização uma alternativa económica, da qual parte como base para acumular progressivamente novas camadas de significado e importância.
(Carvalho, 2011)

Em impressões retidas de uma conversa com Pedro Nora, Duarte refere ainda o quanto a edição tem incentivado os próprios autores à escrita e à crítica. “Pedro Nora refere que começou a escrever e a publicar textos através da editora e acredita que, naturalmente, a autoedição potencia a crítica e permite observar os conteúdos de qualquer publicação de uma forma mais sensível e atenta e que, nesse sentido, a Braço de Ferro serve como uma plataforma para os textos dos seus editores.” (Duarte, 2010 p.102)

Consegue perceber-se na atitude da Braço de Ferro uma constante procura pela experimentação e questionamento. O seu trabalho, desenvolvido em grande proximidade com autores e artistas, é exemplificativo da edição independente nacional, na sua vertente mais teórica, refletindo de uma forma acentuada os valores e as motivações deste tipo de edição.

A editora Braço de Ferro encerrou a sua atividade em 2011, embora o projeto Navio Vazio continue a ser organizado por Isabel Carvalho.



Nesta segunda parte passaremos a analisar associações ou organizações que não se relacionam diretamente com a produção editorial propriamente dita, mas que, de forma consistente, têm procurado dinamizar as suas áreas de ação. Estas estruturas associativas, trabalham fundamentalmente na promoção do trabalho de terceiros, procurando dar-lhes visibilidade e apoio, criando através deste processo comunidades ativas e interessadas nos temas divulgados. Estas comunidades vivem não só dos autores que veem o seu trabalho divulgado nestas plataformas, mas também do público que, tendo acesso facilitado à informação e aos eventos promovidos, acaba ele próprio por partilhar esta comunidade de uma forma ativa. Este estudo mostra-se particularmente relevante para o projeto que se pretende desenvolver uma vez que procura perceber, não só as motivações por trás de um trabalho comunitário e altruísta como aqueles que vamos apresentar, mas também os seus modos de gestão e sustento, através dos quais conseguem manter ativos estes projetos sem fins lucrativos.

Para o desenvolvimento desta análise foram realizadas entrevistas por *e-mail* a duas estruturas com objetivos bastante distintos: a organização Colher, que promove uma plataforma *online* sobre design e ilustração nacional, e a associação Binaural, que trabalha na promoção da exploração e pesquisa da arte sonora experimental. A escolha destas associações deve-se essencialmente ao carácter altruísta do trabalho que desenvolvem, que se assemelha, de certa forma, ao trabalho que pretendemos desenvolver. É importante perceber de que forma foi possível a criação de comunidades em torno desses projetos, e até que ponto esses núcleos têm influenciado e crescido com estas iniciativas.

De uma forma semelhante aos casos de estudos apresentados na primeira parte, estas entrevistas não serão transcritas diretamente. Serão, sim, interpretadas e organizadas narrativamente, procurando construir uma melhor perceção daquilo que são estas associações. Tentaremos dar algum contexto sobre a associação, percebendo onde e como nasceu, quais os seus objetivos e motivações, e perceber de forma crítica qual o impacto que tem conseguido na sua área de ação. Pretendemos assim, tal como na primeira parte, encontrar padrões de metodologia e estratégias de sustentabilidade, que possam ser-nos úteis para as ambições desta dissertação.



Data de Início: 2010

Local: Porto, Portugal

URL: <http://www.colher.net>

Área de intervenção: Divulgação de designers e ilustradores portugueses, promovendo ainda eventos relacionados com a área.

17. O livro *Neuland*, desenhado pelo estúdio de design TwoPoints, apresenta uma compilação de projetos de jovens designers alemães. Pode ser consultado com mais detalhe em <http://www.twopoints.net/en/project/neuland>.

O que motivou o início do Colher foi a vontade utópica de querer fazer e publicar um livro sobre o design gráfico português. Na altura (tinha 18 anos) pensava que qualquer editora o poderia publicar, hoje provavelmente já optaria por uma publicação independente. Mas tudo aconteceu, porque no ano anterior, 2009, eu estava fascinado com o livro Neuland¹⁷ desenhado pelos TwoPoints, que tinha encontrado numa Fnac em Bilbao (...). Quando voltei, queria fazer algo do género, contudo tinha consciência da ausência de meios para o concretizar e também não conhecia suficientemente bem o design gráfico português. Por isso, decidi iniciar o Colher como ponto de partida para esse livro (...).
(Sá Fernandes, 2012)

O Colher é uma plataforma *online* na qual se dá a conhecer o design e a ilustração nacionais. O projeto, criado por Eurico Sá Fernandes, teve início em Fevereiro de 2010, quando este tinha acabado de concluir o curso profissional de design gráfico na Escola Artística e Profissional Árvore. Mais recentemente juntou-se ao projeto Mariana Lobão, que partilha agora das responsabilidades de manter, atualizar e divulgar o *site*. Partindo da ideia base de produzir um livro sobre o design gráfico nacional, o fundador deste projeto acabou por encontrar novas possibilidades e motivações no formato *online*, que permitiu um impacto e uma divulgação que seria sem dúvida mais lenta e difícil no livro impresso. É possível perceber um certo grau de ingenuidade e simplicidade nas vontades e motivações que encontramos neste projeto. Mas precisamente nessa simplicidade de intenções foi encontrada uma necessidade clara que precisava de ser colmatada em Portugal.

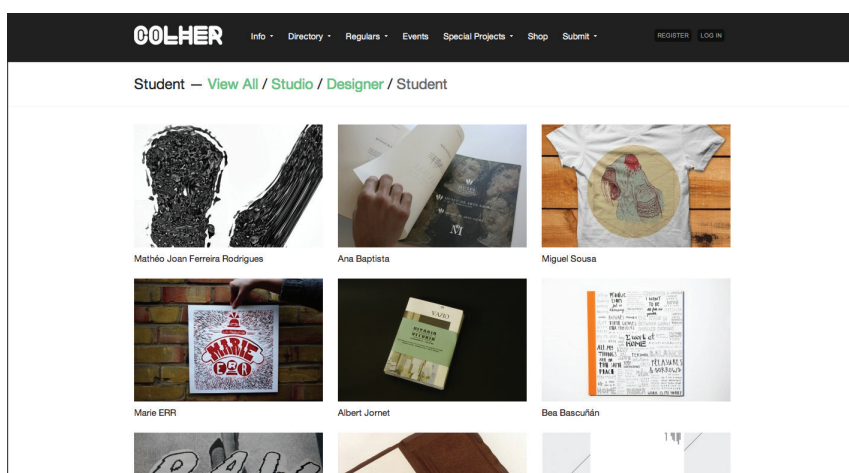
Esta plataforma tem crescido nos últimos anos para se tornar num recurso muito utilizado e influente na descoberta e divulgação de jovens designers. O projeto tem um impacto particularmente visível nos estudantes da área, que ali encontram os seus pares e se apercebem de todo um mundo de eventos, concursos e possibilidades, que antes deste projeto se encontravam de alguma forma dispersos e confusos.

O processo do Colher é bastante caótico, não existe propriamente uma equipa editorial. Isto porque nunca ganhamos nada com o Colher, é um projecto de tempos livres e, por isso, este nunca conseguiu tomar a qualidade desejada em termos de conteúdos. O que nós fazemos ao nível editorial prende-se com o facto de termos um grupo privado no facebook que nos ajuda a manter o diálogo activo. (Sá Fernandes, 2012)

Estando neste momento a estudar em Londres, Eurico Sá Fernandes e Mariana Lobão contam agora com outros colaboradores que ajudam na criação de conteúdos, entre eles editores, designers, ilustradores e estudantes, que se mostram abertos a uma cooperação quase comunitária e sem qualquer retorno monetário. Os conteúdos são seleccionados com base em sugestões externas ou pela busca de novos trabalhos da parte dos editores. É sempre feito um pedido ao autor para que se publique o seu trabalho, sendo necessário um contacto direto ou por *e-mail* de forma a divulgar qualquer projeto. Esta proximidade com os autores divulgados acaba por aumentar a rede de contactos, fortalecendo a comunidade e dando ainda mais projeção ao *website*.



Figuras 12 e 13 - Website colher.net.



Segundo os autores, esta dinamização dos estudantes e jovens designers é essencial para o crescimento da área. “Achamos bem que sejam os alunos e os jovens a dinamizar a sua área, porque demonstra que são interessados e é aí que se consegue ver a motivação de cada aluno. Cada um tem que lutar pelo que acredita.” (Sá Fernandes, 2012) A institucionalização de projetos deste género, agregando-os a associações de design ou a instituições académicas parece-lhes pouco relevante, e em última instância menos consequente, retirando o poder da iniciativa própria, que consideram ser essencial.

A divulgação do projeto é feita maioritariamente através da sua página no *Facebook*, atualizando notícias e recolhendo sugestões. “Não há verdadeiramente um esforço efetivo, no entanto é claro que nós gostávamos que houvesse um maior número de pessoas interessadas no Colher e que o lesse, mas não fazemos propriamente publicidade (...)”. (Sá Fernandes, 2012) Afirmam ainda deixar que o público decida a direção que o *site* deve tomar. Não querem impor uma determinada visão, “porque (...) se as pessoas vêem e gostam é mais que natural que continuem a gostar. Se o deixarem de fazer é porque nós estamos a fazer alguma coisa errada, e aí vamos estudar as fragilidades e não propriamente preocuparmo-nos em fazer sempre publicidade” (Sá Fernandes, 2012).



Figura 14 - Capa da publicação *Colher - Portuguese Illustration*, editada pelo Colher.net em 2011.

Segundo Eurico Sá Fernandes, o Colher não é sustentável. Permite apenas pagar algumas contas de alojamento do *site*, e pouco mais. Recentemente foi adicionada à plataforma uma pequena secção de publicidade que permite cobrir alguns custos, mas não completamente. Desta forma, assume-se como um projeto ainda amador que não tem retorno financeiro, mas que pretende com tempo e experiência conseguir chegar a esse ponto.

O Colher promove ainda outras iniciativas que vão para além da plataforma *online*, procurando chegar ao público de uma forma mais direta. Entre eles está a Colher *Tour*, uma série de conferências itinerantes que teve lugar em 2011, ao longo de várias cidades do país. Vários projetos relacionados com design e ilustração foram convidados para se apresentarem e divulgarem um pouco do seu trabalho, em breves palestras de 15 minutos. Esta iniciativa conseguiu sair dos roteiros habituais de Lisboa e Porto, passando também por Évora, Caldas da Rainha, Coimbra e Barcelos, atingindo um público bastante alargado e diversificado. Mais uma vez todos os custos foram pagos integralmente pelos organizadores do evento.

Não é um projecto sustentável, mas nós gostaríamos muito que fosse para também podermos apostar mais nele e trazer mais e melhor. Mas nós somos dos que pensam que, mesmo com pouco dinheiro, podemos fazer tudo o que queremos. (Sá Fernandes, 2012)

Para além da Colher *Tour* foram ainda editadas duas publicações, uma primeira com uma compilação de ilustradores portugueses, e uma segunda que vivendo também da ilustração assumia o formato de calendário. No futuro o Colher pretende continuar a existir para além do *site*, promovendo mais eventos como a Colher *Tour*, e editando publicações impressas. Os autores querem “pensar como um projeto como este que acontece sobretudo *online* se pode inscrever em outros eventos mais físicos e palpáveis e mais próximo do público e da vida real” (Sá Fernandes, 2012) de forma a atingir o seu público e os seus objetivos de uma forma diferente, e possivelmente mais direta.

Ao longo destes dois anos de trabalho o Colher tem conseguido realmente criar uma comunidade em torno do seu *website*, que contribui e colabora ativamente na construção e consolidação dos seus objetivos. Encontramos aqui, de uma forma clara, a ideia de comunidade que se move em torno de um projeto, sem qualquer expectativa de retorno, apenas com noção de dar e receber que uma iniciativa desta natureza permite.



Data de Início: 2004

Local: Nodar/São Pedro do Sul, Portugal

Área de intervenção: Promoção da exploração e da pesquisa cultural, tecnológica e científica com particular enfoque na arte sonora, aplicada a contextos sociais e económicos do interior do país.

*Agora que muita da arte contemporânea
parece perder a centelha das emoções verdadeiras,
enredada em mecanismos de auto-contemplação
e de auto-justificação.*

*Artistas e comentadores num só corpo,
potenciados por um fascínio tecnófilo.*

Temos de nos pôr a caminho.

*Procurar no outro lado da auto-estrada,
nos arrabaldes do mundo,
os artistas que dizem:*

criei esta obra por absoluta necessidade.

Para não me esquecer.

Para me manter à tona do pântano.

*Como homenagem ao meu semelhante que luta,
ao sol que nos aquece,
ao sistema de rega que nos alimenta,
ao vinho que nos anima.*

Abaixo os laboratórios de artistas higiénicos.

Abaixo as mentes brilhantes enredadas nos seus algoritmos.

Arte não é ciência.

Viva a poeira da estrada.

Queremos braços actuates.

O meu medium é uma enxada,

precisa de músculo e de suor para funcionar.

Saudemos a virtude das coisas necessárias.

(Binaural, n.d.a)

A Associação Cultural de Nodar (Binaural/Nodar) é uma associação sem fins lucrativos, criada com o intuito de promover a cooperação local e internacional nos domínios da pesquisa cultural, tecnológica e científica, promovendo a investigação da arte sonora experimental, focando-se na sua articulação com o contexto social, geográfico e económico envolvente. A associação trabalha essencialmente em contextos rurais, tendo como principal área de atuação os espaços de Nodar e do Maciço da Gralheira (concelho de São Pedro do Sul, sub-região de Lafões).

A equipa é constituída por Luís Costa, fundador e atual presidente da associação, Rui Costa, fundador e diretor editorial, e Manuela Barile, uma artista italiana que se juntou ao projeto como diretora artística.

O projeto nasceu de uma vontade dos seus fundadores, “um colectivo de artistas contemporâneos dedicados às artes media” (Costa, 2012), em promover práticas artísticas mais integradas no seu contexto, interagindo de uma forma ativa com o público que o rodeia. Os autores sentiram a necessidade de aprofundar “a investigação sobre as possibilidades de uma prática artística exploratória em estreita interação com um contexto específico rural e em lançar as bases de uma plataforma de troca regular de ideias e de práticas com artistas e organizações internacionais atuando na mesma área” (Costa, 2012). Uma vez que dois dos membros fundadores eram originários da aldeia de Nodar, foi dada continuidade às suas motivações através da Binaural/Nodar, utilizando esta comunidade rural como ponto de partida.



Figura 15 - Aldeia de Nodar, junto ao rio Paiva.

Perante um cenário artístico contemporâneo, que segundo os autores, se encontra demasiado fechado sobre si próprio, tendo “na sua génese projectos intelectuais ou tecnológicos que funcionam de forma circular ou isolada da realidade mais imediata (íntima, social, política)” (Binaural, n.d.b), e dependendo muitas vezes de mecanismos de cultura de massas, surge a necessidade de criar um projeto artístico mais comunitário e mais próximo do público.

Urge cada vez mais devolver a arte à vida, potenciando a atenção às coisas mínimas, não tanto aos grandes ideais ou teorias. Essa amplificação sensorial do íntimo, do esquecido, do periférico é (ainda) hoje uma necessidade imperativa. (Binaural, n.d.c)

O projeto Binaural/Nodar assume-se então como uma tentativa de aproximação entre a arte e a vida, “colocando em comunicação direta artistas com realidades / comunidades não abrangidas pelos radares públicos ou políticos (periféricas, marginais, rurais, etc.). Esta radicalidade assenta num retorno a uma certa pureza original da arte, de um sentido menos mediado de forma exclusiva por processos de auto-referência e de crítica” (Binaural, n.d.c). De certa forma, o grupo pretende promover projetos artísticos que possam ser entendidos como necessidade pública, uma característica muitas vezes esquecida nos circuitos artísticos das cidades.

Percebendo que as comunidades com que trabalham não são uniformes, nem em termos de formação nem de idade, a associação percebe o seu trabalho como algo que pode e deve adaptar-se ao seu contexto, ganhando com essa variedade de público.

O grupo organiza uma série de projetos artísticos aplicados a estes contextos rurais, entre eles *workshops* e residências artísticas. Os artistas são, então, convidados a arriscar, assumindo o desafio de trabalhar com um meio novo, adaptando-se a um contacto social direto e tendo de questionar e reconfigurar a sua linguagem, materiais e abordagens estéticas. A associação pretende evitar uma noção de que o artista irá trabalhar com base em histórias ou vivências da aldeia, como se fossem simplesmente conteúdo. O objetivo será promover “um envolvimento mútuo, um encontro entre formas diferentes de viver, conceber e traduzir o mundo. O encontro entre o artista e o contexto não deve pois ser meramente instrumental (no sentido da recolha de elementos para o desenvolvimentos da obra) mas sim algo de orgânico, que se vai construindo naturalmente ao longo do tempo, que se baseia numa vivência quotidiana e comunicativa. É claro que este encontro exige disponibilidade mútua, abertura ao outro com o grau de ‘tensão’ e de imprevisto que lhe são inerentes por natureza” (Binaural, n.d.d).

No largo espectro de projetos organizados pela associação, entre eles residências artísticas em arte e tecnologia de reflexão criativa e científica, projetos educativos de mapeamento sonoro de territórios rurais, documentação da memória local e de publicação de catálogos, CDs, entre outros documentos, consegue-se perceber uma lógica contínua que une todas estas vertentes, criando uma perceção multifacetada das

realidades rurais, do seu património e potencial artístico e económico, divulgando estas ideias junto dos próprios habitantes locais ou mesmo de pessoas e entidades exteriores à região.

Um dos projetos mais relevantes na atividade da associação é o *Nodar Rural Art Lab*, um programa de laboratório de criação artística em arte sonora, desenvolvido em articulação com comunidades e paisagens rurais do Maciço da Gralheira, em particular a aldeia de Nodar. As residências artísticas promovidas por este projeto procuram estabelecer relações e interações dos artistas “com o local, os seus habitantes, espaço geográfico, identidade e memória” (Binaural, n.d.d). Nestas residências já participaram mais de 100 artistas, todos eles referidos no *website* da associação,¹⁸ realizando projetos artísticos em ligação com a comunidade. Foram feitos “concertos, workshops, exposições, palestras e projecções de vídeo (...) em diversas aldeias da região com interesse e participação crescentes” (Binaural, n.d.d).

É tão paradoxal quanto irónico como gente rural recebe de forma interessada obras que, na sua maioria, podem ser caracterizadas como experimentais. As mesmas obras que nas grandes cidades poderiam ser encaradas como curiosidade ou de forma indiferente, dado o número de manifestações culturais a decorrer em simultâneo, num tempo em que existe a impressão de que já se viu e ouviu tudo. (Binaural, n.d.d)

18. www.binauralmedia.org



Figura 16 - Workshop Aldeias Sonoras, em Canelas.

Através deste projeto a associação acredita já ter conseguido um acréscimo na auto-estima coletiva e individual dos habitantes locais, pelo facto de se verem representados nas obras, encontrarem o seu quotidiano, as suas memórias e opiniões espelhadas através da prática artística. Perante estes resultados, os autores assumem a convicção de que “ao acompanharem os trabalhos artísticos desenvolvidos, as pessoas (tenham a instrução e a idade que tiverem) intuem os rudimentos dos processos de transformação sensível da realidade em arte e reconhecem essa realidade como sua, o que reduz de sobremaneira o hiato entre a criação e a recepção” (Binaural, n.d.d). A associação consegue assim aproximar a arte de um público raramente exposto a ela, não só dando visibilidade aos artistas, mas fundamentalmente dando orgulho e auto-estima a regiões isoladas e rurais, que raramente se veem valorizadas desta forma tão íntima e imediata.

Paralelamente a esta motivação ligada à promoção e dinamização das regiões rurais, a associação afirma um esforço no sentido de promover e interessar jovens artistas nacionais, procurando garantir a sua presença nas suas residências muito frequentadas por artistas internacionais, “já que tal constitui uma oportunidade única de aprendizagem e aquisição de conhecimentos junto dos artistas internacionais com carreiras mais estabelecidas” (Costa, 2012).

No mundo de hoje em que o trabalho artístico cada vez mais se faz em rede e numa perspectiva multidisciplinar, acreditamos mais no papel de estruturas informais e dinâmicas que se relacionem com parceiros para a consecução de projectos concretos do que na dependência em relação a plataformas ou organismos centralizados.
(Costa, 2012)

A divulgação é feita através da produção de objetos editoriais, promoção de exposições retrospectivas, apresentação das atividades desenvolvidas fora da região, entre outras ações. A associação assume a importância desta divulgação para a continuidade do projeto, afirmando que “A nossa lógica é trabalhar esteticamente na lógica ‘local’ mas produzir e divulgar numa escala ‘global’” (Costa, 2012).

Ao longo dos anos as iniciativas conseguidas têm mostrado consequências e resultados que em muito ultrapassam os objetivos iniciais a que se propunham. “(...) a nossa presença contínua numa região muito remota e pobre, onde existe um sentido de auto-estima muito diminuído, tem permitido a criação de laços muito fortes com a população e a criação de oportunidades de melhoria efectiva da qualidade de vida das mesmas.” (Costa, 2012) A cada ano aumenta a presença de público nacional e estrangeiro nos eventos promovidos, e as candidaturas a residências artísticas começam a ter cada vez mais procura. Apesar desta maior visibilidade, é importante salientar que a promoção mediática não é o foco da associação. “(...) a nossa razão de existir tem a ver com a presença contínua, muitas vezes em condições árduas, numa região muito carenciada, pelo que todo o nosso sucesso em termos de público ou de visibilidade do projecto será sempre visto por nós como algo que vem por acréscimo e que não é um fim em si mesmo.” (Costa, 2012)

Quanto à sua sustentabilidade económica, a associação afirma organizar-se sempre em conformidade com as suas possibilidades económicas e os apoios disponíveis. São apoiados por entidades públicas como a Direção Geral das Artes e a União Europeia, mas o seu principal rendimento é conseguido através da venda das suas edições, da venda de espetáculos e da organização de *workshops*.

(...) julgamos que os apoios públicos são essenciais, em especial para estruturas que se dedicam a um trabalho concomitante de produção, investigação, criação que geram memória e pensamento sobre arte e território e que fogem à centralização da cultura nos centros urbanos, mas estes apoios não devem retirar a capacidade e energia para encontrar formas criativas de gerar receitas e garantir a sustentabilidade dos projectos. (Costa, 2012)

Concluindo, esta associação tem desenvolvido um trabalho de grande impacto nas regiões rurais onde tem trabalhado. Ao longo dos seus anos de existência tem já resultados reais junto do público, e através da investigação artística tem conseguido aumentar a auto-estima e a valorização dos locais e da população. O seu trabalho reflete-se num aumento do conhecimento sobre as regiões, quer a nível interno como externo. É dado aos artistas um público diferente e novo, mas que ultrapassados alguns preconceitos demonstra um grande interesse e uma capacidade de participação e colaboração muito ativa, conseguindo-se criar e reforçar comunidades em torno destas práticas.



Figura 17 - Exposição do projeto *Aldeias Sonoras*, na Escola Secundária de S. Pedro do Sul.
Fotografia: Paulo Paiva



Após esta exposição de casos de estudo, é importante perceber de que forma se relacionaram com o projeto aqui desenvolvido, e em que medida se revelaram pertinentes para o seu desenvolvimento.

Embora os grupos de que falámos neste capítulo apresentem projetos distintos, com objetivos bastante diferentes, conseguimos encontrar um ponto comum nas suas motivações. Estas editoras e associações assumem a procura de um trabalho culturalmente relevante, e que pretende, de uma forma altruísta, contribuir para a dinamização e crescimento da sua área de intervenção. Todas estas editoras ou associações consistem em pequenos grupos que doam o seu tempo e trabalho ao projeto, esperando pouco ou nenhum retorno financeiro, tentando sempre procurar estratégias de financiamento alternativas para que os seus objetivos possam ser cumpridos.

Numa primeira parte, analisámos associações e editoras dedicadas especialmente à edição independente. O seu trabalho é maioritariamente ligado à edição, ou à promoção desta prática, seja através de exposições, feiras ou *workshops*. Demonstrando sempre uma dedicação e um amor à edição e publicação de conteúdos, a Chili com Carne, a Braço de Ferro e a Oficina do Cego procuram sempre novas formas de promover a publicação independente e chamar a atenção de novos públicos para esta área. Estudando um pouco mais a fundo o seu trabalho pudemos perceber, não só métodos de divulgação e sustentabilidade financeira das edições que produzem, mas também estratégias para a promoção da própria área da edição independente e dos editores envolvidos.

A segunda fase do estudo concentrou-se em associações que se dedicam à promoção de uma área cultural. O Colher e a Binaural, embora distantes da edição independente e do projeto apresentado nesta dissertação, mostram motivações e objetivos muito próximos daqueles que fundamentam esta dissertação. A sua intervenção ativa numa comunidade e os resultados consequentes e duradouros que conseguiram atingir são exemplos que nos ajudam a perceber melhor de que forma um projeto deste tipo poderá crescer e atingir os seus objetivos. Nestes dois casos, mantém-se o carácter independente da sua gestão e organização, com pouco ou nenhum retorno financeiro, tendo sempre como objetivo a sustentabilidade da associação.

Estes estudos permitiram-nos uma maior aproximação a projetos independentes de uma forma um pouco mais abrangente. Foi-nos possível perceber não só a sua forma de gestão e divulgação, mas também as motivações das quais nasceram e com que objetivos dirigem o seu trabalho. Para melhor podermos cumprir as nossas ambições é essencial perceber como funcionam estes projetos, e de que forma se relacionam com as comunidades que os rodeiam. Esta análise permite-nos clarificar a nossa própria prática, percebendo melhor o contexto em que estamos inseridos e potenciando novas soluções para o projeto que pretendemos desenvolver.

3.

PROJETO



3.1

O INÍCIO



As motivações para o trabalho aqui desenvolvido partem de ideias anteriores a este relatório. Projetos como a revista *Pangrama*, ou a 1ª edição da Feira de Publicação Independente levantavam já algumas questões que se exploram neste documento com mais profundidade.

A experiência que fomos adquirindo nesses dois projetos alimentou empiricamente muitos dos conteúdos aqui tratados, levantando problemas que seriam imprevisíveis através de uma análise meramente teórica.

3.1.1

A PANGRAMA



Este projeto editorial independente começou em 2009, como projeto final da licenciatura de Design de Comunicação, na Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, tendo sido desenvolvido em conjunto com cinco colegas: Catarina Correia, Joana Sobral, João Araújo, Luísa Silva e Raquel Rei. Neste momento dois dos elementos deixaram de ter disponibilidade (João Araújo e Luísa Silva) e o grupo passou a integrar só quatro pessoas.

Embora inicialmente os objetivos da revista fossem ainda pouco definidos, era já clara uma vontade de produzir conteúdos teóricos sobre design e publicá-los de uma forma livre e descomprometida. O projeto pretendia funcionar como um contributo real para dar resposta a uma necessidade que nós, enquanto estudantes de design, identificámos na altura: a de plataformas que sirvam de estímulo para uma discussão teórica e crítica sobre a disciplina. Neste contexto, a *Pangrama* surge como uma publicação independente que se concentra em teoria de design, procurando dar voz a escritores e pensadores menos reconhecidos, acompanhando os seus textos com ilustração nacional.

A revista tem como principais objetivos:

1. Contribuir para o alargar de uma arena de discussão sobre a disciplina do design, em território nacional, divulgando também novas vozes da crítica e da teoria. Pretende oferecer plataformas para uma discussão aberta que acolha opiniões distintas. As plataformas de crítica e teoria do design anteriores à *Pangrama* são, maioritariamente, blogues que compilam artigos de um só autor.
2. Contribuir para o crescimento de um interesse na crítica e teoria do design, por parte dos estudantes da área, que muitas vezes se centram

unicamente na prática da disciplina, desconsiderando outras frentes que podem e devem informar a prática. Simultaneamente, pretende-se promover a exploração e consolidação do design enquanto área científica e de investigação.

3. Contribuir para a divulgação de ilustradores portugueses, procurando um equilíbrio entre nomes conhecidos e novos ilustradores.
4. Contribuir para uma diluição da fronteira entre prática e teoria, nomeadamente através do diálogo entre ensaios, artigos de opinião, artigos científicos e ilustrações.
5. Fomentar a discussão entre o design e outras disciplinas.
6. Fomentar o interesse de públicos menos familiarizados com a área, contribuindo assim para minimizar o desconhecimento de que ainda é vítima o design em Portugal.
7. Funcionar como um espaço de experimentação, prático e teórico, vivendo cada número como o primeiro, e assumindo que a cada nova revista se volta ao número zero. Este critério editorial de fundo serve de pretexto para tomar decisões, quer editoriais quer de design, que não estejam necessariamente em conformidade com as tomadas anteriormente, respeitando todavia os pressupostos acima descritos.

Com estes pontos principais em mente, a revista tem crescido ao longo de três anos e três números, estando atualmente em preparação um quarto.

Contudo, apesar deste crescimento, a revista ainda vive fundamentalmente de contribuições voluntárias. Os conteúdos da revista são pensados e preparados pela equipa editorial que depois distribui convites a possíveis colaboradores mediante os temas em questão. Perante a falta de recursos para uma prática mais profissional não nos tem sido possível, até à data, pagar a colaboradores, salvo com a oferta de exemplares da revista.



Figura 18 - Interior da revista *Pangrama zero* #3, 2011.

19. www.pangrama.org

A produção da revista, por seu lado, tem sido paga pelas vendas de números anteriores, com a ajuda de apoios pontuais da Universidade do Porto. Este financiamento permite à revista sobreviver sem ter de recorrer aos fundos pessoais dos vários membros.

A divulgação do projeto é também feita de uma forma bastante intuitiva e pessoal. A *Pangrama* tem um *site*¹⁹ no qual explica o projeto, possibilitando a compra dos números já editados e divulgando novidades. A página no *Facebook* funciona também como um motor eficaz na promoção da revista, aproximando-nos do público, e possibilitando uma troca direta de ideias. Outra forma habitual de divulgação da *Pangrama* têm sido as apresentações públicas, que ajudam em larga medida a explicar todo o conceito do projeto, fidelizando o nosso público e dando alguma consistência e coerência à revista.

A equipa trata também de todo o processo de distribuição, levando os exemplares até às lojas, recolhendo o resultado das vendas e tratando de qualquer questão financeira associada ao projeto. Isto resulta num processo de gestão bastante simplificado e ligeiramente ingénuo, que vai sendo afinado à medida que são cometidos erros e é adquirida experiência.

Ao longo dos anos fomos ainda percebendo a necessidade de um conjunto de elementos burocráticos da produção editorial. O registo ISSN,²⁰ a criação de uma associação cultural para a legalização de vendas, entre outros pequenos passos, que foram consolidando a revista, e estabelecendo o grupo de uma forma mais oficial, ainda que independente.

Apesar destas dúvidas e dificuldades, será sempre o objetivo do projeto crescer ao ponto de se tornar realmente sustentável, encontrando formas de retorno financeiro que possam dar à revista uma maturidade e um profissionalismo que nos permita atingir um maior público, e cumprir de forma mais eficaz os nossos objetivos iniciais.

20. O ISSN (*International Standard Serial Number*) é um código numérico que identifica cada título de uma publicação em série, gerido a nível internacional pelo ISSN *International Centre*, e em Portugal pelo Centro Nacional ISSN, pertencente à Biblioteca Nacional de Portugal. Aplica-se a publicações periódicas como revistas, jornais, publicações anuais (relatórios, anuários, diretórios), séries monográficas, memórias, atas de sociedade, entre outras, em qualquer que seja o seu suporte. É possível consultar mais informação em <http://www.bnportugal.pt/>.

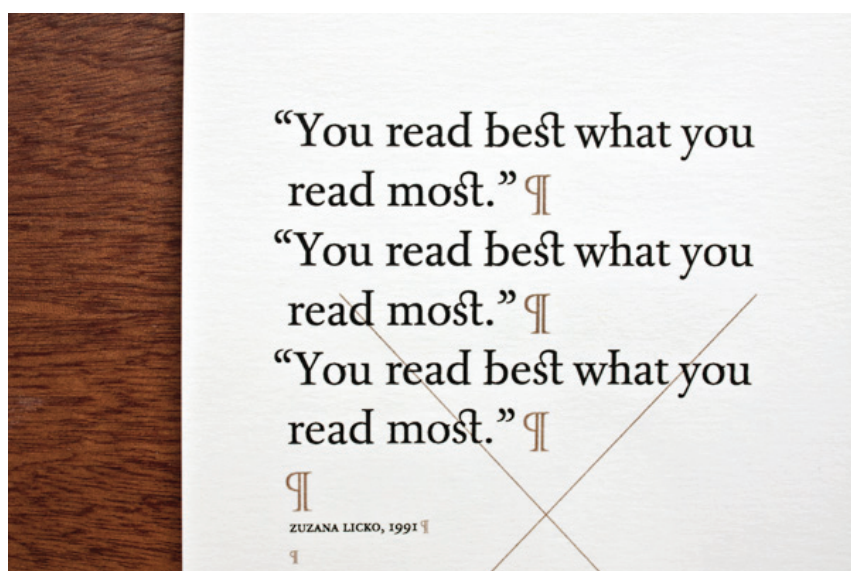


Figura 19 - Detalhe de um *flyer* promocional do lançamento da revista *Pangrama* zero #3, 2011.

A 1ª FEIRA DE PUBLICAÇÃO INDEPENDENTE



Embora este projeto vá ser descrito a fundo um pouco mais à frente (pág. 67), parece-nos importante referi-lo aqui como parte da descoberta e motivação que conduziu ao tema desta dissertação.

A primeira edição da Feira de Publicação Independente teve lugar na FBAUP no dia 17 de Junho 2011, no contexto da unidade curricular de Estudos Independentes II, no primeiro ano do Mestrado em Design Gráfico e Projetos Editoriais.

Embora nos primeiros anos de licenciatura fosse habitual encontrar pequenas feiras de fanzines de alunos no espaço da faculdade, com o passar dos anos esse hábito foi-se perdendo. O interesse pela publicação independente esmoreceu e o tempo dos alunos para se dedicar à área sem uma motivação particular sempre foi escasso. Nesse sentido, pareceu-nos interessante e importante tentar retomar esse hábito e reacender o entusiasmo escolar pela autoedição.

À medida que fomos preparando o evento, as nossas motivações foram reforçadas por necessidades que não prevíamos à partida. Realmente parecia cada vez mais pertinente a criação de um evento que pudesse reunir editores experientes e alunos, trazendo projetos editoriais nacionais para a escola, e motivando a criação de novas publicações e editoras. Desta forma, não só ganhavam os alunos, mas também as próprias editoras, que ali se encontravam diretamente com grande parte do seu público alvo, ao mesmo tempo que trocavam ideias, impressões e contactos com outros editores.

Os problemas logísticos encontrados ao longo do desenvolvimento do evento, assim como os resultados e impressões retiradas no final, só vieram reforçar a sua pertinência. Houve uma sensação geral de que tinha sido ali organizado algo que há muito precisava de existir, e todos os comentários seguiram no sentido de uma repetição e uma regularidade do evento, que pudesse aumentar e realizar efetivamente o seu impacto na área da edição.



Figura 20 - 1ª edição da Feira de Publicação Independente, a 17 de Junho de 2011, FBAUP.

Projetos como estes foram fundamentais para uma melhor percepção do meio, clarificando de uma forma prática quais as necessidades reais e de que forma poderiam ser colmatadas.

*Entrando hoje num qualquer simpósio de fanzines, é possível perceber imediatamente que os dias das publicações de pequena edição estão longe de acabar. Há um ambiente de excitação neste tipo de eventos, onde entusiastas e editores de fanzines vêm para vender, comprar ou trocar publicações. As mesas estendem-se ao longo do espaço, cheias de fanzines de todas as formas, tamanhos e feitios. Algumas fanzines são produzidas utilizando a edição no computador pessoal, enquanto que muitas outras são dedicadamente construídas à mão, utilizando técnicas mais convencionais como tesoura e cola. A atmosfera é de feira, combinando a negociação do mercado com workshops sobre como fazer fanzines, exposições e apresentações dos próprios autores da 'zines'. Este é um espaço onde a cultura invisível das fanzines se torna visível.*²¹ (Triggs, 2010 p.7)

21. No original inglês: *Walking into any fanzine symposium today one is immediately aware that the days of these small press publications are far from over. There is an air of excitement at such events, where fanzine editors and enthusiasts come to sell, buy or swap publications. Folding tables line the venue's walls, piled high with fanzines in all shapes, sizes and formats. Some fanzines are produced using desktop publishing, while many others are lovingly put together by hand using more conventional techniques such as scissors and glue. The atmosphere is fair-like, combining market trading with fanzine-making workshops, curated exhibitions and talks from zinesters themselves. This is a space where an invisible fanzine culture becomes visible.*

3.2

22. É importante referir que no contexto deste projeto nos concentrámos em publicações ligadas à cultura, nomeadamente à arte, design e ilustração, pelo que as considerações que possam vir a ser feitas se referem especificamente a essa área.

O PROJETO



Neste contexto começou a tomar forma a necessidade de uma estrutura de divulgação e organização de projetos editoriais independentes. Pareceu-nos importante ter em conta a forma como estas editoras se gerem, se organizam, se sustentam, e de que forma se relacionam entre si, percebendo se uma relação mais coesa será potenciadora de uma maior sustentabilidade e longevidade de projetos na área.²²

Procurando promover e dinamizar a arte, o design ou a ilustração, estes projetos funcionam, como a própria palavra indica, de forma independente, explorando formas alternativas de sustentabilidade financeira, e sobrevivendo sem a influência ou o controlo de terceiros a nível editorial. Esta estratégia de edição, embora reforce a liberdade criativa dos intervenientes, dificulta a manutenção e divulgação dos projetos para editores menos experientes, levantando questões que vão muito para além da publicação.

É importante ter em atenção que esta é uma área de iniciativas isoladas, ou seja, de pequenos grupos com interesses comuns que decidem produzir uma publicação ou formar uma editora, funcionando sozinhos, sem contacto próximo com outros editores. Não existe propriamente uma estrutura de suporte e organização das edições, ou qualquer tipo de forma de catalogar os projetos, saber quantos estão ativos agora ou quantos estavam ativos há dois anos. É uma área sem registos e sem uma estrutura que possa unir os editores e organizá-los num projeto de divulgação comum.

De forma a conseguir estudar e responder a estas questões foi, então, desenvolvida uma análise do contexto editorial independente nacional, procurando perceber de que forma a cultura da publicação independente

se tem organizado num passado recente. Foi ainda investigada, através de breves entrevistas, a forma como as editoras se estruturam e organizam, como fazem a sua produção, distribuição e divulgação.²³

3.2.1

PROJECTOFAIR.COM



Perante esta análise, e dada a natureza informal da publicação independente, pareceu-nos pertinente pensar em formas de agregar estes projetos editoriais, tornando-os mais fortes e mais visíveis.

Desenvolvemos, então, uma plataforma *online* que reúne um conjunto de editores, procurando contribuir para a sua divulgação e promoção, inclusivamente através da organização de eventos, como a Feira de Publicação Independente. O *website* deverá ainda funcionar como uma base de recursos para novos editores que nela encontrarão listas de apoios, informação sobre registos e outras burocracias, locais de venda e eventos. Em suma, o projeto poderá funcionar como um agregador da publicação independente em Portugal, ajudando à sua divulgação, organização e sustentabilidade.

A iniciativa deverá colocar acima de tudo a comunidade. Deverá promover este pequeno mercado em que o produtor está em contacto direto com o público, procurando sempre dar apoio e novas soluções para que esta produção e troca de conteúdos possa chegar ao seu público de forma simples, rápida e eficaz. Tudo isto, não só através de uma plataforma *online*, mas também de feiras de publicação independente. Com base nestas ideias o nome *Fair* surgiu como a junção do sentido e do propósito final desta nossa iniciativa (justo = *fair* = feira).

Para além dos objetivos acima referidos, o projeto Fair pretende ainda a criação de um registo e arquivo físico e *online* da edição independente nacional. Parece-nos essencial a possibilidade de registar, catalogar e arquivar estes projetos culturais, habitualmente fugazes e efémeros, contribuindo assim para a compilação de uma forma de produção cultural direta, imediata e intuitiva. O registo *online* será feito na plataforma e o acervo físico será criado em parceria com a Biblioteca da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, onde já constam alguns exemplares de uma coleção que se pretende manter em permanente crescimento.



Figura 21 - Logótipo desenvolvido para o projeto Fair.

24. www.colher.net25. oficinadocego.blogspot.pt26. www.binauralmedia.org

Para melhor poder perceber de que forma poderia funcionar o projeto aqui apresentado, foi desenvolvido um levantamento de *websites*, associações e outros tipos de plataformas que partilhassem o objetivo de divulgação e dinamização da área em que estavam inseridos. Projetos como o Colher,²⁴ a Oficina do Cego²⁵ e a Binaural²⁶ serviram de exemplo e inspiração para o trabalho que desenvolvemos, ajudando a perceber as potencialidades de uma plataforma *online* para a dinamização de uma área cultural.

Como referido anteriormente, as conversas com editoras, quer presenciais quer por *e-mail*, forneceram também um suporte e uma contextualização, que nos permitiu perceber e definir os conteúdos do nosso *website*, e de que forma outros projetos associados, como a Feira de Publicação Independente, poderiam realmente servir os editores com eficácia. Indo ao encontro dos objetivos do projeto, percebemos, então, algumas necessidades fundamentais que deveriam e poderiam ser colmatadas. Em primeiro lugar, a criação de um arquivo e registo de publicações, organizando cada publicação com imagens e informação detalhada (título, autor, editor, data, local, design, idioma, formato, tiragem, método de impressão e acabamento). A esta informação será sempre associado um *link* para o *website* ou *e-mail* do autor, numa tentativa de facilitar e promover a compra das publicações. Em segundo lugar serão ainda disponibilizadas listas de apoios e subsídios aos quais os editores podem recorrer para conseguir começar ou consolidar o seu projeto. Esta lista deverá estar sempre atualizada, com uma breve explicação de que tipo de apoio se trata. Será ainda fornecida informação sobre registos e oficialização das edições e das editoras, procurando dar uma explicação simplificada sobre o ISBN, ISSN e Depósito Legal, e como proceder ao seu registo. Esta informação técnica será acompanhada de uma lista de pontos de venda, organizados por local. Finalmente, e de uma forma regular serão dadas notícias sobre edição independente, como lançamentos de publicações, eventos da área e potenciais pontos de divulgação de projetos.

Partindo destas ideias começámos então uma recolha de conteúdos para o *website*, desde apoios a publicações, locais de venda ou notícias sobre edição. Embora já tenha sido realizada uma boa parte, esta recolha será sempre um trabalho em construção. Para que tenha pertinência, é essencial que a plataforma se mantenha atualizada e viva, evitando sempre qualquer tipo de informação incompleta ou obsoleta. Pretendemos manter o *website* ativo, com conteúdos novos sempre que possível. Seja uma notícia, um novo apoio ou uma publicação que tenha sido acrescentada ao arquivo, é importante que o público perceba que o projeto está em funcionamento e que a sua consulta regular trará sempre novidades úteis.

Neste ponto iniciámos a definição da estrutura de conteúdos do nosso *website*, que será composto por três campos principais: *notícias*, *publicações* (arquivo) e *recursos*.

As *notícias* e *publicações* partilham a página inicial, aparecendo ao utilizador sem uma hierarquia definida. Sempre que surgir uma nova publicação no arquivo será tratada como uma novidade para a qual chamamos atenção

do utilizador da mesma forma que faremos para qualquer notícia. Contudo, depois de aberta a notícia ou publicação, esta mostrará uma estrutura bastante diferente. Para cada publicação será selecionada uma série de imagens que a caracterizam, que será depois associada a um breve texto sobre a publicação (escrito por nós ou pedido ao autor) e a uma descrição detalhada dos seus vários elementos, tais como título, autor, data, local, tiragem, ISBN, entre outros já referidos. Um dos elementos fundamentais da página particular de cada publicação será o *link* para a compra da publicação. Esta ligação embora não funcione como compra de uma forma direta, leva o interessado para a página da editora, ou, no caso de não existir *website*, para o *e-mail* do editor. Depois de feita essa passagem, ficará do lado do consumidor decidir se quer efetivamente enviar um *e-mail* a pedir a publicação ou comprar a publicação através do *website*, e dos meios que este disponibiliza, contactando diretamente com a editora e não connosco. Pareceu-nos essencial facilitar o contacto entre o público potencialmente interessado e os editores que, desta forma, adquirem não só mais um ponto de divulgação, mas também de venda. As várias publicações, embora apareçam referidas na página inicial, poderão ser vistas isoladamente selecionando a secção *Publicações*. Por outro lado, e de uma forma mais simplificada, a página de cada notícia deverá conter apenas algumas imagens, um pequeno texto e *links* pertinentes. Tal como as publicações, o utilizador poderá ver apenas notícias selecionando a secção *Notícias*.

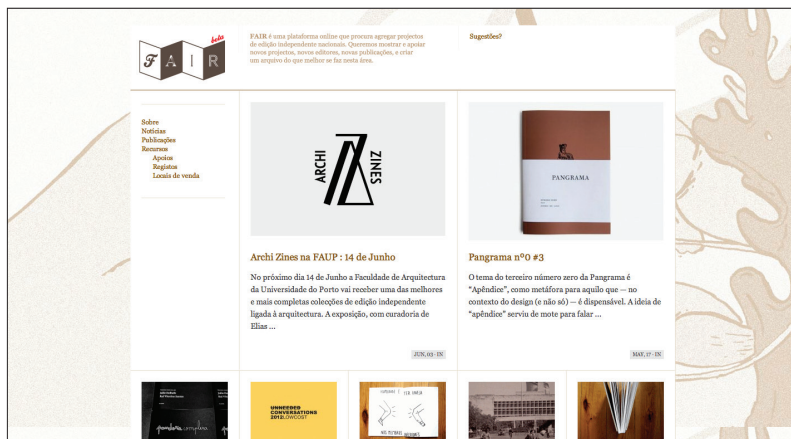
Quanto aos *Recursos*, estes contemplam três secções distintas: apoios, registos e locais de venda. Aqui, o utilizador poderá encontrar uma lista de subsídios disponíveis, registo ISBN, ISSN, entre outros, e possíveis pontos de divulgação e venda das publicações. Os *Recursos* pretendem servir como um suporte principalmente focado em novos editores, que queiram perceber de que forma se podem iniciar no mundo da edição, encontrando ali uma boa parte da informação prática necessária.

O desenvolvimento do *website* levantou ainda algumas questões sobre as opções a tomar no seu desenho e programação. Foi bastante evidente, desde o início que o projeto deveria ser desenvolvido em formato blogue. Era importante que o público percebesse o *website* como uma plataforma de novidades em constante atualização, que poderia e deveria ser consultado com regularidade. Embora inicialmente nos parecesse importante a criação de um *layout* de raiz, foi-se tornando claro que poderíamos partir de um tema já desenhado, o que nos pouparia tempo e daria a possibilidade de escolher uma estrutura já pensada e testada que se adaptasse às nossas necessidades, concentrando os nossos esforços naquilo que era realmente importante neste projeto: os conteúdos.

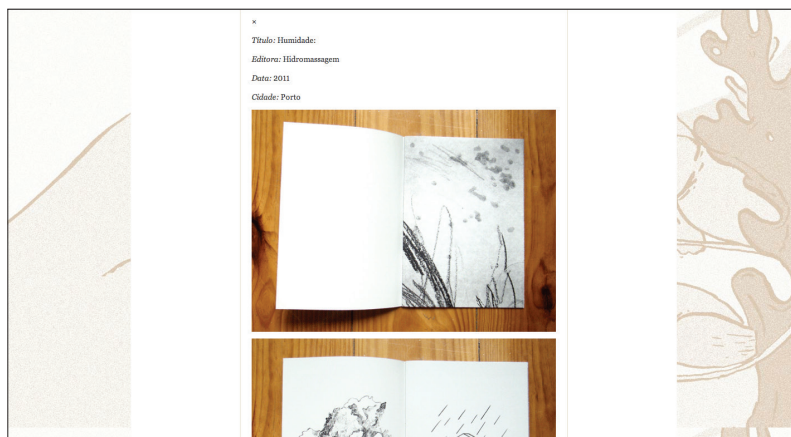
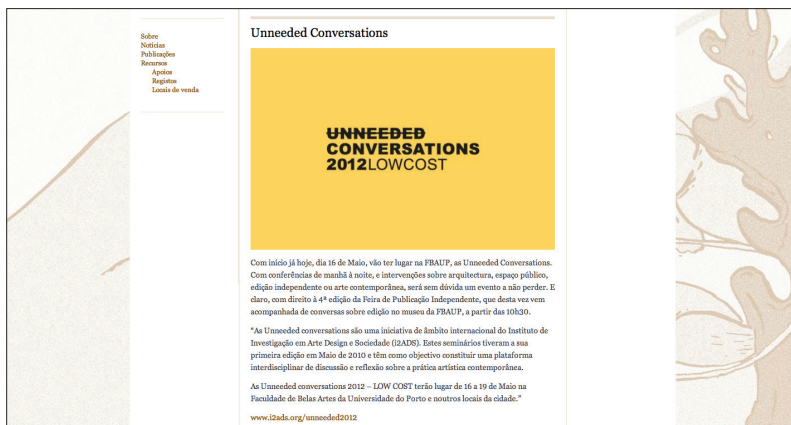
Depois da criação de uma parte dos conteúdos, e da sua aplicação ao *layout* escolhido, ainda assumindo o formato *beta* do projeto, decidimos dar início a uma divulgação ativa do projeto Fair.

Uma das primeiras plataformas de divulgação surgiu nas *Unneeded Conversations*,²⁷ organizadas entre os dias 16 e 19 de Maio de 2012, que nos possibilitaram uma apresentação pública da revista Pangrama

27. “As Unneeded conversations são uma iniciativa de âmbito internacional do Instituto de Investigação em Arte Design e Sociedade (i2ADS). Estes seminários tiveram a sua primeira edição em Maio de 2010 e têm como objectivo constituir uma plataforma interdisciplinar de discussão e reflexão sobre a prática artística contemporânea.” (Leal, 2012) Em 2012, com a caracterização de *low cost*, as *Unneeded Conversations* realizaram-se entre 16 e 19 de Maio na FBAUP, espalhando um conjunto de eventos associados por vários pontos da cidade.



Figuras 22 a 25 - Website www.projectofair.com
 – página de entrada, secção Recursos > Apoios,
 página de notícia e página de publicação
 (arquivo)



e projetos associados, entre eles o Fair. Já com uma breve ideia do que seria o projeto, o público foi depois confrontado com o *website*, e uma página no *Facebook*, que contribui para a divulgação de novidades e conteúdos do projeto.

Neste momento, o maior desafio será manter o projeto vivo, adicionando novos conteúdos sempre que possível. É essencial não perder de vista os objetivos iniciais da plataforma, que mesmo depois de uma boa primeira fase de divulgação, precisará sempre de bastante atividade para se manter pertinente, consequente e eficaz.

3.2.1.2

RESULTADOS

O projeto tem estado a crescer e a ser construído progressivamente ao longo dos últimos meses. Neste momento temos já mais de 110 publicações em acervo na Biblioteca da FBAUP, e mais de 40 no registo *online*.

Até à data os comentários ao projeto que temos recebido têm sido invariavelmente positivos. As editoras têm-se mostrado bastante disponíveis para colaborar, enviando conteúdos e imagens, esclarecendo dúvidas, e mesmo participando ativamente na divulgação.

O público também se tem mostrado recetivo, já com alguma atividade no *Facebook*, e mesmo na zona de comentários do *website*. As pessoas interessadas parecem estar a utilizar a plataforma, e insistem no seu desenvolvimento, fazendo perguntas e sugestões. Esta receção positiva só reforça a nossa vontade de continuar a melhorar o projeto, sublinhando a pertinência do trabalho que estamos a desenvolver.

É ainda importante referir algumas dúvidas e questões que vão surgindo na aplicação prática das ideias apresentadas, e que poderão servir como pontos de partida para uma melhoria ativa do projeto. Entre os principais problemas a resolver está o registo fotográfico das publicações, que terá de ser desenvolvido de uma forma mais profissional no futuro. É essencial ter um bom registo das publicações, e neste momento ainda não temos a capacidade técnica para uma reprodução de excelente qualidade. Uma outra questão que tem estado sempre presente, e que já foi referida anteriormente, é a dificuldade de manutenção ativa da página, com a necessidade da publicação diária de conteúdos. Esta atividade é fundamental e teremos de definir uma equipa e uma estratégia clara para que o projeto se mantenha atual. É ainda importante referir que o trabalho desenvolvido no *website* estará em constante análise, mesmo depois da conclusão desta dissertação. Essa continuidade crítica poderá implicar alterações de *layout* ou de conteúdo no sentido de melhorar o acesso à informação disponibilizada, tornando a plataforma mais amigável e eficaz.

FEIRA DE PUBLICAÇÃO INDEPENDENTE



Como foi referido anteriormente (pág. 60), a Feira de Publicação Independente surgiu antes do projeto Fair, tratado nesta dissertação. Contudo, ela é agora uma parte integrante e fundamental daquilo que nos propomos a fazer.

Quando começámos a organizar estes eventos, não tínhamos ainda planeado a sua regularidade. Inicialmente surgiu como uma ideia pontual, algo que se justificava fazer na altura, e que conseguia responder a um conjunto de problemas que não víamos resolvidos na FBAUP. Tínhamos como ideia central a noção de que numa faculdade de belas artes se produz imenso conteúdo editorial que nunca vê o público e nunca é confrontado com críticas fora da sala de aula. Quisemos, então, abrir as aulas ao resto da comunidade escolar e convidar editoras que pudessem contribuir com conteúdos interessantes, que entusiasmassem e encorajassem os alunos à produção editorial independente.

Perante os resultados e boa receção da primeira feira, o projeto cresceu, ganhou vontade de se repetir e transformou-se num evento de periodicidade irregular, mas que vai marcando presença ao longo do ano, como um ponto de encontro para editores de maior ou menor dimensão. Os nossos objetivos também cresceram. Queremos agora não só trazer os alunos para a edição, mas também dar à edição mais um ponto de divulgação, de troca de ideias e de contacto direto com o seu público, para uma venda de objetos culturais sem intermediários. Queremos criar um evento que não surja pontualmente de uma forma isolada, mas que associado à nossa plataforma *online*, possa criar um grupo de editores que trabalham em conjunto para fortalecer os seus projetos e a área da edição independente, deixando de lado o isolamento frequente destes projetos e criando uma pequena comunidade de editores nacionais.

METODOLOGIA

Cada edição da Feira de Publicação Independente foi seguindo um modelo de gestão e organização progressivamente mais apurado. Embora ainda não estejamos inteiramente satisfeitos com a forma como o evento tem sido estruturado, estamos a trabalhar nas suas melhorias e julgamos estar a caminhar na direção certa.

Em cada edição da feira, o primeiro passo é sempre a seleção de um local e de uma data, ou um conjunto de datas possíveis. A escolha do local, ou o tipo de local para o qual convidam o nosso projeto, define em grande medida as características do evento em si, mediante as possibilidades do espaço. Ao longo dos vários eventos tivemos a possibilidade de trabalhar com concertos, conversas, palestras e exposições, tudo variando consoante o espaço e tempo disponíveis.

Após a primeira edição da feira, todas as outras têm vivido em associação a eventos paralelos, o que implica uma organização mais alargada e complexa. Por isso, e depois de uma primeira análise do espaço e planeamento do que poderá constar em cada evento, dá-se início a um levantamento dos potenciais participantes, quer na feira, quer nos eventos que a acompanham. A base de editoras a convidar tem crescido ao longo das várias edições da feira, sendo sempre feita uma tentativa de chamar nomes novos e alargar o público com acesso ao evento. A procura de novas editoras nacionais e internacionais é constante e vai acontecendo ao longo de todo o ano, mesmo fora de períodos de feira.

Tendo já definida uma ideia e um plano para o evento, damos início à divulgação. Desenvolvemos cartazes e flyers, atualizamos o *site*²⁸ e a página do *Facebook*, convidamos editoras por correio eletrónico, e, aos poucos, vamos criando uma lista de inscrições que só estará completa cerca de uma semana antes da feira. Este processo de divulgação é essencial para o sucesso do evento. Sem uma publicidade bastante ativa as feiras acabam por perder público e participantes, e os objetivos não são cumpridos.

As inscrições processam-se em duas modalidades distintas: inscrição para mesa, com possibilidade de vender as suas próprias publicações num espaço especialmente destinado à editora, e inscrições de publicações isoladas, nas quais nós nos responsabilizamos pela venda. No primeiro caso, a editora ficará responsável por aparecer no dia da feira e organizar a sua mesa, no segundo caso é feita uma recolha das publicações inscritas, seja por entrega pessoal ou correio, que serão posteriormente catalogadas e organizadas por nós, sendo depois vendidas em mesas da própria organização da feira. Na primeira e segunda edições da feira não foi cobrado qualquer valor nem comissões em qualquer um dos tipos de inscrição. Contudo, à medida que o projeto evoluiu sentimos necessidade de dar resposta a alguns gastos do evento procurando compensá-los através de um valor de inscrição para mesa, e uma comissão percentual de vendas para as publicações isoladas.

Alguns dias depois da feira cada participante recebe uma lista detalhada com as suas vendas, dando-se início ao processo de devolução das publicações e transferência dos valores vendidos.

3.2.2.2

EDIÇÕES

1ª Edição

Data: 17 Junho 2011

Local: Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Nº de participantes: 37

Nº de publicações: cerca de 111

A primeira edição da Feira de Publicação Independente serviu essencialmente para perceber o potencial do projeto. Embora tenhamos tido bastante menos participantes que na edição seguinte, houve uma grande adesão da parte

dos alunos, e foi realmente possível cumprir os objetivos propostos. Notou-se um entusiasmo renovado pela publicação independente, motivando claramente os estudantes ao início de uma atividade como editores, tendo mesmo surgido novos projetos editoriais.

As reações foram extremamente positivas, com bastantes sugestões para que repetíssemos o evento, mesmo noutros sítios da cidade. Serviu para que percebêssemos já algumas falhas na nossa forma relativamente informal de organizar o evento, nomeadamente na gestão e organização das publicações, motivando uma reorganização e uma tentativa de estruturar melhor as inscrições e a entrega de publicações.

Foi a única edição em que só houve feira, sem qualquer outra atividade associada.



Figura 26 - Cartaz promocional da 1ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.

Figuras 27 a 31 - 1ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.





2ª Edição

Data: 23 de Novembro 2011

Local: Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Nº de participantes: 61

Nº de publicações: cerca de 183

Eventos associados: Breve série de apresentações de projetos editoriais nas quais participaram João Sobral (Panda Gordo), Márcia Novais (Close Up), Miguel Carneiro, Dário Cannata e Dayana Lucas (Oficina Arara), seguida de uma conversa sobre a gestão e sustentabilidade em edição, moderada por Júlio Dolbeth, com a participação de Marcos Farrajota (Chili com Carne), Luís Camanho (Plana Press), Ana Carvalho (Plana Press) e Pedro Bismark (Punkto).

A 2ª edição da Feira de Publicação Independente fez uma tentativa de expandir o projeto para além da venda de publicações. Quisemos abrir a discussão sobre edição na feira, procurando abordar o tema da gestão e sustentabilidade, que, num contexto de crise económica nacional, ganha particular pertinência.

Nesta feira conseguimos aumentar o número de participantes, alargando a visibilidade do evento, e trazendo projetos internacionais pouco comuns no nosso meio habitual.

Mais uma vez a adesão ao evento foi muito boa, tendo recebido comentários construtivos sobre o possível melhoramento do formato das conversas, embora reconhecendo o esforço realizado.

Nesta edição tornou-se particularmente claro que era necessário sair da faculdade e tentar levar o evento a um público mais alargado, de forma a deixar o nicho onde estávamos inseridos, e conseguindo que o projeto crescesse.



Figura 32 - Cartazes complementares da 2ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.



Figura 33 - Cartaz promocional da 2ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.



Figuras 34 a 38 - 2ª edição da Feira de Publicação Independente, 2011, FBAUP.





3ª Edição

Data: 6 e 7 de Abril 2012

Local: Galeria Dama Aflita & Matéria Prima

Nº de participantes: 46

Nº de publicações: cerca de 138

Eventos associados: Foram organizados dois concertos, um em cada dia, em parceria com a editora musical independente Lovers & Lollypops.

A 3ª edição marcou um salto na história da Feira de Publicação Independente. Pela primeira vez o evento saiu da faculdade e passou a viver para um público muito mais alargado. A associação à Lovers & Lolypops conseguiu trazer pessoas que nunca tinham estado na feira e chamar a atenção da imprensa escrita.

Para além disto, o evento passou a ter dois dias, o que permitiu um ambiente bastante mais calmo nas vendas e uma maior sensação de comunidade durante aquele tempo. Contudo, devido às limitações de espaço decidimos reduzir o número de participantes fazendo uma maior seleção dos projetos e procurando aumentar a qualidade das publicações vendidas.

Os comentários ao evento foram muito bons, com uma ótima aceitação da saída da faculdade, e convites para projetos noutros espaços da cidade e do país.



Figura 39 - Cartaz promocional da 3ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, Dama Afflita & Matéria Prima, Porto.

Figura 40 (direita) - Atomizador na 3ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, Dama Afita & Matéria Prima, Porto.



Figuras 41 a 44 - 3ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, Dama Aflita & Matéria Prima, Porto.
Fotografia: João Bento Soares





4ª edição

Data: 18 de Maio 2012

Local: Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Nº de participantes: 71

Nº de publicações: cerca de 213 publicações

Eventos associados: Durante a manhã antes da feira foram organizadas no museu da FBAUP apresentações de projetos editoriais, com a Pangrama, Pierre Von Kleist e Plí, seguidas de duas conversas, uma com José Bártolo e os Atlas Projetos, e outra com Rui Vitorino Santos e a Oficina Arara. As conversas foram acompanhadas de uma exposição sobre edição independente no espaço do museu.

*Transpirando amor, pensamento, tempo e – muitas vezes – improvisação inspirada, as zines, volumes e periódicos autoeditados, estão a começar a aparecer na cultura mainstream – e numa prateleira numa livraria especializada perto de si.*²⁹
(Commentz, 2011)

29. No original inglês: *Oozing love, thought, time and – often enough – spirited improvisation, self-publishing zines, tomes and periodicals are starting to seep into mainstream culture – and on a shelf or a specialist bookshop near you.*

Para a 4ª edição, fomos convidados pelo Professor Miguel Leal, da FBAUP, a organizar nos dias das *Unneeded Conversations*, uma Feira de Publicação Independente, e uma manhã dedicada à publicação independente. Nesta edição, voltámos ao espaço da faculdade, agora com um evento em maior escala e já com outra perceção daquilo que poderia ser feito a nível de palestras e exposições.

Para a manhã, foi-nos proposto que desenvolvêssemos um tema para conversas, intervenções ou exposições, que pudessem decorrer durante cerca de três horas no museu da FBAUP. Perante o desafio, a nossa proposta centrou-se em três características fundamentais de uma publicação dita independente: *love, thought and time* (amor, pensamento e tempo). O texto que se segue foi utilizado na promoção do evento:

Love

Estamos constantemente a encontrar novos projetos de edição independente. Novas editoras que acabaram de se lançar, um autor ou ilustrador de quem nunca tínhamos ouvido falar, ou uma nova publicação da editora que seguimos regularmente. É uma área dinâmica e surpreendente, que se mantém em constante renovação, e que fascina precisamente pela emoção e imprevisibilidade que lhe é característica.

O que encontramos são objetos de *amor* e intuição, muitas vezes produzidos com a simples vontade de publicar, de fazer, de desenhar, de encadernar e mostrar aos outros. São muitas vezes projetos experimentais, que não se prendem tanto com o sentido das coisas, mas sim com a beleza de fazer algo novo, emocionante e diferente.

Thought

De um modo mais ponderado, há também quem utilize este meio como uma forma de publicar, literalmente, de tornar pública uma *ideia*. A noção de que é possível criar cultura de uma forma não mediada, falar sobre qualquer assunto, explorá-lo ou questioná-lo sem que haja um condicionamento económico sobre essa produção, é libertadora e tem-se revelado fundamental na produção teórica contemporânea.

A edição independente parece ser uma plataforma ideal para a discussão teórica e para a criação de pensamento sobre temas, aos quais muito dificilmente teria sido dada atenção no mercado editorial convencional.

Time

É ainda preciso ter em atenção o cuidado com que cada uma destas publicações nasce, o *tempo* que é dedicado à sua produção e acabamento, todo o processo meticuloso por onde passa cada objeto. Tudo isto faz parte da própria natureza e do prazer da edição independente.

A valorização do erro e da manualidade transformam-se aqui em mais valias da área, que produz objetos únicos, de culto, de coleção. Não se procura nunca o objeto perfeito, quer-se apenas experimentar mais e melhor.

Estes três conceitos serviram como mote para conversas e uma exposição divididas em três partes, cada uma delas especialmente focada nas ideias descritas acima.

A feira decorreu apenas durante a parte da tarde, desta vez ocupando um espaço um pouco maior, apresentando com mais participantes e mesas. Embora tenha sido um evento rápido e com alguma confusão, correu bem, e teve uma boa adesão do público, com excelentes comentários em relação à organização da manhã.



Figura 45 - Cartazes complementares da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP.



Figura 46 - Cartaz promocional da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP.



Figuras 47 a 49 - Apresentações na manhã da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP. Fotografia: João Sobral.





Figuras 50 a 55 - Apresentações e exposição na manhã da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP. Fotografia: João Sobral (51, 52, 55)







Figuras 56 a 58 - Tarde da 4ª edição da Feira de Publicação Independente, 2012, FBAUP.
Fotografia: Ariana Ferreira (58)



RESULTADOS

As feiras têm conseguido cumprir os seus objetivos.

Ao longo deste último ano conseguimos realizar quatro eventos distintos, cada um com as suas características particulares, trabalhando com mais de 80 editores, e conseguindo que o seu trabalho fosse divulgado e exposto ao público. As várias feiras ajudaram-nos a perceber de que forma poderíamos melhorar o projeto e informaram a nossa prática no www.projectofair.com.

Nos vários eventos reparámos que editores que não se conheciam começaram a criar pontes e laços, tendo surgido por várias vezes a possibilidade de projetos em comum.

Contudo, temos ainda detalhes a afinar na organização destes eventos. É clara a necessidade de uma equipa mais alargada, que possa dividir tarefas e estruturar de uma forma mais concentrada cada uma das várias dimensões da organização do evento. Pretendemos também procurar modelos de gestão mais eficazes na catalogação de publicações, possibilitando uma venda mais simples e organizada.

As reações do público e dos próprios editores têm sido sempre no sentido de um desejo que o projeto continue e que possa manter alguma regularidade, motivando novos editores, e apoiando aqueles que já estão em atividade. Têm sido dias totalmente dedicados à edição independente, que pretendemos continuar de uma forma consistente durante o próximo ano.

Incluimos aqui um texto de João Sobral, no blogue www.colher.net, escrito logo após a terceira edição da Feira de Publicação Independente, e que nos parece ser o espelho dos resultados que conseguimos ao longo deste ano.

Um pouco de história...

A Feira de Publicação Independente tem no seu nome a sua melhor apresentação, mas acrescenta-se que é um projecto que Ana Simões (Gume Editora) fez nascer no ano passado na Faculdade de Belas Artes do Porto. 17 de junho de 2011 foi a data da sua primeira edição e alguns estudantes não esquecem o dia em que os jardins da faculdade tinham, logo às dez da manhã, meia dúzia de mesas cheias que a chuva obrigou a que voltassem para dentro mais tarde. O desafio tinha sido lançado e alguns alunos, respondendo com entusiasmo, prepararam para esse dia aqueles que seriam os seus primeiros fanzines. Antes de continuar, devo dizer que fui um desses alunos e fica já explicado o tom nostálgico com que comecei este texto.

Prova do sucesso desta primeira edição, para além da minha felicidade que não vos deve convencer por aí além, foi a quantidade de publicações que, a 23 de novembro, inundou a segunda edição da feira. Passaram-se cinco meses e nem umas férias de verão pelo meio serviram para reduzir o entusiasmo. O número de interessados disparou e o resultado esteve visível: várias mesas a abarrotar de trabalhos desenvolvidos pelos alunos para aquela ocasião, que se misturaram com as publicações

de projectos exteriores, nacionais e estrangeiros, também em maior número desta vez.

A acompanhar esta enchente, houve ainda a criação do projecto FAIR (brevemente online) que para além de promover a edição independente através de eventos como a Feira de Publicação Independente, propõe-se à divulgação de novas editoras e edições e, mais importante, à organização de um arquivo de publicação independente. Nada mais se sabe acerca deste projecto, mas continua-se a aguardar boas revelações.

Mas as novidades da segunda edição não ficaram por aqui. Foram organizadas conversas que incluíram a apresentação rápida de alguns projectos e ainda uma discussão moderada por Júlio Dolbeth, na qual participaram Marcos Farrajota (Chili com Carne), Luís Camanho (Plana Press), Nuno Coelho (Uma terra sem gente, para gente sem terra) e Pedro Levi Bismarck (Punkto). Este foi um óptimo acrescento à programação da feira (apesar de ter tido uma infeliz concorrência do barulho do bar da faculdade) e espero que tenha sido apenas a primeira tentativa de algo que poderá enriquecer futuras edições deste evento, trazendo a discussão e a troca de ideias para os seus hábitos.

... para chegar aqui.

Este ano, a Feira de Publicação Independente apresentou-se com algumas mudanças. A mais significativa foi a mudança de local para o exterior da Faculdade de Belas Artes. O espaço partilhado pela Matéria Prima e pela Galeria Dama Affita foi o eleito para acolher a terceira edição da feira, que se duplicou (outra das novidades) e, portanto, aconteceu em dois dias: 6 e 7 de abril.

Esta migração permitiu meter a Lovers & Lollipops ao barulho e acrescentar à programação dois concertos por ela agenciados: Tren Go! Soundsystem e o espanhol Atomizador (que também trouxe os seus fanzines). Para além disso, abriu portas à cerveja artesanal Sovina e ao extremamente calórico e caseiro muffin de chocolate e banana, entre outros comes e bebes, apreciados por quem lá passou e ainda mais por quem lá esteve.

Mas todas estas novidades resultaram em menos inscrições e, julgo eu, menos visitantes. O que acabou por não ser mau de todo: não sendo muito o espaço disponível, evitaram-se maiores confusões e apesar de mais reduzido, o público foi diferente, saindo cumprido o objectivo de querer mostrar os projectos a um público mais alargado e tentar sair do nicho a que estamos habituados. No entanto, fica-se sem saber até que ponto é que este menor envolvimento dos alunos choca com essa ideia de sair do nicho a que estamos habituados. Terá sido a mudança de ambiente a reduzir o seu interesse? A data encoastada ao domingo de Páscoa e incluída numa semana de férias atrapalha a questão e impossibilita, por agora, uma resposta. Esperemos por eventuais conclusões futuras.

Voltando aos dias 6 e 7, há que referir a óptima oportunidade que esta ocasião nos deu para comprar o novo exemplar do pasquim satírico

pró-lírico Buraco (obrigatório), na mesma mesa onde os trabalhos de impressão da Oficina Arara partilhavam ainda o espaço com algumas obras da dupla Calhau. Mais um bocadinho e encontrava-se Rudolfo com o novo número do Lodaçal Comix que vai já na sua quinta edição, Ghuna-X com a maior contribuição em publicações musicais e a Chili Com Carne, com livros novos (“Mystery Park” de André Ruivo e “Beastário Ilustríssimo” de Rui Eduardo Paes) e um generoso stock off. Estiveram igualmente presentes, ainda que sem novidades no catálogo, as editoras Plana, Serrote e, claro, a Gume com as recomendáveis revistas Pangrama, para além do projecto O Panda Gordo e da ilustradora Wasted Rita que trouxeram, no meio dos vários fanzines, algumas novidades que também mereceram uma olhadela.

Ao fundo, naquela banca onde tudo se encontra e tudo se mistura, era possível perder-se algum tempo à procura de trabalhos de Café Royal, Alexander Egger, Oficina do Cego, Mike Goes West, A Prensa, José Cardoso com Tamás Lakos, Jorge Amador, Hey Mikel, João Drumond, Sofia Palma, Alexandre M. Ferreira, The Second Bus Home, Camera Obscura, Nada, Pli e muitos outros que se me falham na memória não será com certeza por falta de valor.

Depois de referir isto tudo, repito a presença da cerveja Sovina e relembro a exposição de Mike Redmond e de Zé Burnay que se podia ver nas paredes da Dama Aflita, sem esquecer a Matéria Prima, que merece sempre uma visita atenta, para vos deixar convencidos de que a Feira de Publicação Independente III foi óptima para quem apareceu.

(Sobral, 2012)

3.2.2.4

EDIÇÕES FUTURAS

A intenção agora será expandir o projeto, garantindo uma maior coerência nos conteúdos e tornando-o cada vez mais completo e interessante. Queremos explorar novos espaços e possivelmente novas cidades. Parece-nos essencial para a concretização dos nossos objetivos tentar fazer chegar publicação independente a novos públicos e procurar criar pensamento crítico sobre a área.

Neste momento estamos já a preparar o planeamento de uma feira a realizar no próximo ano. Foi-nos feito um convite pela Biblioteca de Serralves para uma possível colaboração, por isso estamos agora a estruturar um plano e orçamento, que será proposto à direção como parte dos eventos a acontecer na instituição durante o ano 2013.

Estamos também a considerar a possibilidade de estar presentes em Lisboa. Temos tido vários pedidos e convites para que a Feira de Publicação Independente pudesse acontecer lá, nomeadamente na Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, que demonstra um potencial e necessidades semelhantes à faculdade do Porto, abrindo a possibilidade de atingir um público mais alargado.

São planos a considerar, e aos quais nos dedicaremos durante o próximo ano.



Ao longo deste projeto foi desenvolvido trabalho que, tomando as mais variadas formas (*website*, arquivo, feiras, exposições, conferências), procurou sempre atingir um objetivo comum: contribuir para a valorização, dinamização e divulgação da edição independente nacional. Neste ponto é importante rever o trabalho desenvolvido, analisando e confrontando aquilo que foi proposto e os resultados obtidos.

No início deste projeto propusemos a criação de uma plataforma que pudesse de alguma forma apoiar, dinamizar e divulgar a edição independente em Portugal, simultaneamente organizando um arquivo público *online* e físico de publicação independente, ao qual os editores e interessados pudessem recorrer. Assim, nesta dissertação, o nosso trabalho concentrou-se em três objetivos centrais: 1) a criação de uma plataforma *online* sobre e para a publicação independente nacional, 2) a organização e promoção de eventos dinamizadores desta área da edição, e 3) a produção de um corpo de investigação sobre o mercado editorial independente nacional, as suas motivações e o seu modo de funcionamento.

Analisando o trabalho desenvolvido de uma perspetiva abrangente, julgamos terem sido cumpridos os objetivos propostos com sucesso. Conseguimos desenvolver e implementar o *website* e promover as feiras com bastante participação de editores e de público, mantendo sempre em mente a consolidação da comunidade para a qual o projeto estava a ser desenvolvido.

A plataforma *online* e os eventos ligados à edição independente foram coexistindo ao longo do ano, influenciando-se mutuamente. A ideia do *website* nasceu como uma forma de ligação e associação dos editores entre si. Pretendíamos criar uma verdadeira sensação de comunidade que se poderia sentir apoiada pelo projeto, recorrendo a ele para novidades, mas também para recursos mais técnicos como apoios financeiros ou registos de publicações.

O *site* é constituído por três secções distintas: *notícias*, *publicações* (arquivo) e *recursos*. Nestas três secções será possível encontrar numa primeira parte notícias e novidades desta área da edição, em segundo lugar um arquivo de publicações em que cada publicação registada é acompanhada de imagens, de uma lista detalhada das suas características e de um *link* para a sua compra, e uma terceira parte dedicada às questões burocráticas da edição, com informação sobre apoios, registos de edições e editores, e pontos de venda de edição independente.

Durante a construção do *website* decidimos optar pela utilização de um formato *blogue* que nos permite uma maior facilidade na atualização

de conteúdos ao mesmo tempo que nos aproxima do público, através de comentários e partilha de notícias. O www.projectofair.com está já em funcionamento, crescendo de dia para dia desde Maio de 2012. À data da conclusão desta dissertação é possível encontrar na plataforma mais de 40 publicações arquivadas, acompanhadas de várias notícias e novidades que têm surgindo ao longo deste período. Nos próximos meses pretendemos duplicar esse número e consolidar o nosso arquivo como uma referência a consultar. Na nossa plataforma online também podem ser já encontrados dados sobre registo de publicações, com informação sobre ISBN, ISSN e Depósito Legal, ligações para apoios financeiros à edição e listas de pontos de venda espalhados pelo país. Julgamos ter conseguido criar uma boa fonte de informação para editores, que de uma forma colaborativa está a crescer e poderá tornar-se numa ferramenta importante nesta área.

Tivemos já alguma resposta ao nosso esforço, tendo recebido comentários positivos das mais variadas fontes. De uma forma espontânea o público parece estar a aderir ao projeto, colaborando e sugerindo ideias, e acarinhando-o como parte da comunidade. O *Facebook* tem também sido uma ferramenta fundamental, não só na divulgação do projeto, mas também na perceção real da reação e relação do público com o *website*, uma vez que, de uma forma natural, vemos pessoas a comentar, a partilhar e publicitar a iniciativa, sem qualquer intervenção da nossa parte.

Neste momento estamos a tentar aumentar a atividade no *website*, tornando o nosso sistema de atualização um pouco mais rápido e eficaz. Queremos mostrar novas publicações e notícias diariamente, conseguindo uma atividade que mantenha o público atento e interessado. Perante a velocidade dos meios de comunicação *online*, parece-nos fundamental não perder este ritmo, e conseguir que a plataforma mostre estar viva e sempre a par das últimas novidades. Acreditamos que o investimento de tempo e dedicação ao projeto, mantendo o *site* ativo diariamente dará ao público interessado um elevado grau de confiança no projeto, recorrendo e utilizando os seus recursos de uma forma mais regular.

Paralelamente à plataforma *online*, e seguindo os mesmos propósitos, foram já organizados quatro eventos ligados à edição independente, incluindo feiras, palestras, apresentações, concertos e exposições. A primeira feira teve lugar na Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto (FBAUP), a 17 de Junho de 2011, a segunda, também na FBAUP, aconteceu a 23 de Novembro de 2011, a terceira, desta vez na Galeria Dama Affita & Matéria Prima, a 6 e 7 de Abril de 2012, e finalmente a quarta, regressando à FBAUP, a 18 de Maio de 2012.

Ao longo destes eventos conseguimos motivar e incentivar alunos para a prática da edição, tendo visto nascer projetos e pequenas editoras propositadamente para as feiras. Trouxemos editoras independentes à faculdade e mostrámos projetos relativamente desconhecidos a alunos e interessados. Ao longo de um ano colaborámos com mais de 80 editores, conseguindo juntar praticantes e interessados de um pouco por todo o país. Nas várias feiras apercebemo-nos também de uma sensação real

de comunidade, e da criação de pontes e parcerias entre editores que até então não se conheciam.

As várias edições da Feira de Publicação Independente têm sido para nós uma das maiores vitórias de todo este projeto, cumprindo com os seus objetivos muito para além do expectável, conseguindo uma grande projeção pública que nos permitiu chegar não só à imprensa *online* como impressa e atingindo um público bastante mais alargado do que o nicho habitualmente ligado à edição independente. Os convites que temos recebido das mais variadas entidades para possíveis colaborações futuras, entre elas a Fundação de Serralves, servem também como confirmação e validação dos nossos esforços, reforçando uma vontade de continuar a melhorar e alargar os nossos eventos.

Uma das nossas intenções neste momento será também alargar e consolidar a nossa equipa de trabalho de forma a rentabilizar os nossos esforços e conseguir dar estabilidade e qualidade ao trabalho que desenvolvemos. Ao longo deste ano, tendo sempre o apoio de todos os outros membros da revista Pangrama (Catarina Correia, Joana Sobral e Raquel Rei), tanto o *website* Fair como as feiras de publicação independente, têm vivido em grande parte de uma estrutura de trabalho central: a autora desta dissertação, como coordenadora do projeto e editora de conteúdos no *site*, e Jorge Amador desenvolvendo a divulgação impressa e *online*, mas colaborando e apoiando sempre todas as outras áreas do projeto. Será importante para nós que esta equipa continue, mas que consiga alguma estabilidade através de uma possível sustentabilidade económica do projeto.

Até à data o projeto assume-se como uma iniciativa pessoal, que vive da nossa vontade, motivação e amor à edição, não obtendo qualquer retorno económico. É para nós bastante difícil conseguir que as feiras, em particular, não deem prejuízo. Contudo, pretendemos no futuro alcançar essa estabilidade económica, permitindo ao projeto crescer e viver de uma forma autónoma sem a contribuição dos nossos fundos pessoais ou de qualquer outro tipo de apoio externo. Esta tentativa de sustentabilidade financeira será um dos maiores desafios a resolver no futuro, não sendo ainda claro como iremos solucionar a questão.

Julgamos ter conseguido criar uma boa iniciativa, com objetivos relevantes, que poderá realmente trazer algo de importante para a área da edição independente. Contamos com a colaboração e ajuda de uma rede unida de editores, que mostra acreditar no projeto, e com a qual temos trabalhado e cooperado na sua construção. Essa rede, e o seu fortalecimento, parece-nos ser a nossa grande força, e aquilo que poderá dar ao projeto o tempo e a continuidade de que necessita para se tornar realmente útil e relevante. Apesar das limitações económicas que temos, assumindo também alguma limitação no tempo que podemos dedicar diariamente a estas ideias, acreditamos ser possível continuar e consolidar o trabalho que temos desenvolvido até agora.

Através desta investigação, em grande parte empírica, foi possível perceber um pouco melhor o funcionamento do mercado editorial português, analisando em particular a área da edição independente. O nosso trabalho permitiu-nos entrar um pouco neste mundo, compreender as suas necessidades e em certa medida dar início a uma tentativa de resolução de algumas delas. Queremos agora, lentamente, com calma e segurança, dar continuidade a estes projetos, dando-lhes o tempo que precisam para amadurecer e ganhar peso e relevância na comunidade de edição. Julgamos ter realmente encontrado uma forma de promover e divulgar esta área, de contribuir para a sua visibilidade e crescimento na cultura contemporânea, tentando consolidar a rede e a comunidade tão essenciais à sua independência. Muitos dos projetos nesta área não pecam pela falta de pertinência, mas sim pela sua curta duração, pelo pouco tempo que têm para ganhar consequência e solidez. Contra isso, o Fair pretende simplesmente não desistir, insistir e continuar.

Temos de reafirmar que a cultura não é uma mera fonte de lucro: que é algo que se fundamenta numa característica basilar dos seres humanos - a capacidade de empenho na criação livre, a capacidade de criar algo de novo e o partilhar com outras pessoas sem perseguir qualquer lógica utilitária. É esse o maior prazer de todos (...). (Vilensky, 2010)



B

BártoIo, José. “Edição Independente: Evocação De Uma Possibilidade”. *Artes e Leilões* Agosto/Setembro 2010: 24-27. Print.

BártoIo, José, e.d. *Reactor*. (n.d.). 10.05.12. <<http://reactor-reactor.blogspot.pt/>>.

Benjamin, Walter. “The Author as Producer”. *Art in Theory 1900-2000: An Anthology of Changing Ideas*. Ed. Wood, Paul J. Oxford: Wiley-Blackwell, 2003. Print.

Binaural. “Epílogo Em Forma De Poema-Manifesto”. (n.d.a). 10.06.12 <<http://www.binauralmedia.org/news/pt/about>>.

Binaural. “Pontos De Partida”. (n.d.b). 10.06.12 <<http://www.binauralmedia.org/news/pt/about>>.

Binaural. “Reptos”. (n.d.c). 10.06.12 <<http://www.binauralmedia.org/news/pt/about>>.

Binaural. “O Nodar Rural Art Lab”. (n.d.d). 10.06.12 <<http://www.binauralmedia.org/news/pt/about>>.

Braço de Ferro. “Um Livro É Uma Forma De Acção Possível”. 2009. Poster.

Braço de Ferro. E-Mail de divulgação do ciclo *Impossível*. 2010.

Braço de Ferro. “Braço De Ferro – Arte & Design”. (n.d.). 7.10.12. <<http://www.bfeditora.net/>>.

C

Camanho, Luís Miguel de Sousa. “Plana. Publicações De Periodicidade Irregular”. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, 2008. Print.

Carvalho, Ana Margarida e Joana FilloI. “E, No Entanto, Elas Movem-Se!” *Visão* 2008a: 98-103. Print.

Carvalho, Isabel. “Navegação Errática Do Livro-Ser-Espaço”. *Impossível*. Carvalho, Isabel e Pedro Nora, eds. Porto: Braço de Ferro, 2010a. Print.

Carvalho, Isabel. “O Valor Do Livro”. *A Economia Do Artista*. Carvalho, Isabel, Lúgia Paz e Pedro Nora, eds. Porto: Braço de Ferro, 2010b. Print.

Carvalho, Isabel, Lúgia Paz e Pedro Nora, eds. *A Economia Do Artista*. Porto: Braço de Ferro, 2010. Print.

Carvalho, Isabel e Pedro Nora, eds. *Impossível*. Porto: Braço de Ferro, 2010. Print.

Carvalho, Isabel. “Comentário Ao Artigo Um Livro Não Quer Dizer Edição”. *The Ressabiator* (2011). 7.05.12 <<http://ressabiator.wordpress.com/2011/09/22/um-livro-nao-quer-dizer-edicao/>>.

Chappell, Warren, revisado e atualizado por **Robert Bringhurst**. *A Short History of the Printed Word*. Vancouver: Hartley & Marks Publishers Inc., 1999. Print.

Chili com Carne. “Ccc”. Lisboa. (n.d.). 10.04.12 <http://www.chilicomcarne.com/index.php?option=com_content&task=view&id=13&Itemid=43>.

Commentz, Sonja. “Show Me Your I’ll Show You Mine”. *Behind the Zines: Self Publishing Culture*. Hubner, Matthias, Robert Klanten e Adeline Moolard, eds. Berlim: Gestalten, 2010. 2-7. Print.

Costa, Rui. Entrevista por e-mail. 3-22 Junho 2012.

D

Duarte, Isabel. “Publicação Independente: Auto-Edição E Discurso Crítico Sobre Design Gráfico”. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, 2010. Print.

Duncombe, Stephen. *Notes from the Underground: Zines and the Politics of Alternative Culture*. Bloomington, IN: Microcosm Publishing, 1997. Print.

E

Emigre Magazine. “Emigre”. 2012. <<http://www.emigre.com/>>.

Epstein, Jason. *Book Business: Publishing Past, Present and Future*. New York, NY: W. W. Norton & Company, 2002. Print.

Epstein, Jason. “Speech Given by Jason Epstein at the 2008 Hong Kong Book Fair”. *On Demand Books* (2008). 15.05.12 <<http://www.ondemandbooks.com/docs/Brooklyn%20Library%20Speech.pdf>>.

F

Fanzino. “La Fanzinothèque De Poitiers”. 2012. <<http://www.fanzino.org/>>.

Farrajota, Marcos. “Relatório Sobre Fanzine E Edição Independente Em Portugal 2011”. *Blogzine da Chili com Carne* (2012a). 18.01.12 <<http://chilicomcarne.blogspot.com/2012/01/relatorio-sobre-fanzines-e-edicao.html>>.

Farrajota, Marcos. Entrevista pessoal. 24 Fevereiro 2012b.

Feira Laica. “Faqs”. Lisboa. Farrajota, Marcos, ed. (n.d.). 5.05.12. <<http://feiralaica.wordpress.com/>>.

G

Gonçalves, Sofia. “Samples Para Uma Publicação Paralela”. (2010). 10.09.11 <<http://reactor-reactor.blogspot.pt/search/label/Edi%C3%A7%C3%A3o>>.

H

Henriques, Luís. Entrevista por e-mail. 20 Abril - 4 Junho 2012.

Hubner, Matthias, Robert Klanten e Adeline Moolard, eds. *Behind the Zines - Self Publishing Culture*. Berlim: Gestalten, 2011. Print.

L

Leal, Miguel. “Unneeded Conversations”. (2012). 10.05.12. <<http://www.i2ads.org/unneeded2012>>.

Lupton, Ellen. “The Designer as Producer”. (2004). 8.06.2012
<http://www.typosetheque.com/articles/the_designer_as_producer>.

Lupton, Ellen. *Indie Publishing: A Pocket Guide to Publishing Your Own Content*. 2007. <www.elupton.com/files/Indie_Publish_Handbook.doc>.

Lupton, Ellen. *Indie Publishing: How to Design and Publish Your Own Book*. New York, NY: Princeton Architectural Press, 2008. Print.

M

Macedo, Maria João. “Suportes Para Uma Edição Reflexiva”. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, 2010. Print.

Moura, Pedro. “Satélite Internacional #4. Aavv (Colectivo a Língua)”. *Ler BD* (2005). 10.05.12 <<http://lerbd.blogspot.pt/2005/10/satelite-internacional-4-aavv-colectivo.html>>.

N

Nora, Pedro. “Editorial”. *A Língua* (2001). 2.06.12 <<http://www.virose.pt/alingua/EDITORIAL.HTML#3>>.

O

Oficina do Cego. “Oficina Do Cego”. 2012.
<<http://oficinadocego.blogspot.pt/>>.

P

Poynor, Rick. “Portrait of the Designer as Author”. *Eye Magazine* April 2008. Print.

Priberam. “Dicionário Priberam Da Língua Portuguesa”. (n.d.). 1.05.12.
<<http://www.priberam.pt/>>.

R

Redstone, Elías, ed. *Archizines*. London: Bedford Press, 2011. Print.

Rock, Michael. “The Designer as Author”. *Eye Magazine*. 20. (1996). 29.12.11 <<http://www.eyemagazine.com/feature.php?id=30&fid=258>>.

S

Sá Fernandes, Eurico. Entrevista por e-mail. 3-16 Junho 2012.

Siegel, Dimitri. “Designers and Dilettantes”. (2009). 29.12.11
<<http://observatory.designobserver.com/entry.html?entry=5947>>.

Sobral, João. “Feira De Publicação Independente III”. *Colher* (2012). 10.05.12 <<http://colher.net/blog/feira-de-publicacao-independente-iii/>>.

Schumann, Max, ed. *By Any Means Necessary: Photocopier Artists’ Books and the Politics of Accessible Printing Technologies*. New York, NY: Printed Matter, 1992. Print.

T

Todd, Mark e Esther Pearl Watson. *Watcha Mean, What’s a Zine?: The Art of Making Zines and Mini-Comics*. Boston, MA: Graphia, 2006. Print.

Triggs, Teal. *Fanzines: The Diy Revolution*. San Francisco, CA: Chronicle Books, 2010. Print.

Twemlow, Alice. “The Bandwidth of Books”. (2005). 29.12.11
<<http://observatory.designobserver.com/entry.html?entry=5487>>.

V

Vanderlans, Rudy. *The End*. Emigre. Vanderlans, Rudy, ed. Vol. 69. Berkeley - New York, NY: Princeton Architectural Press, 2005. Print.

Vilensky, Dmitry. “Do Comunismo Aos Comuns? Obstáculos À Hipótese Do Comunismo.” *A Economia Do Artista*. Carvalho, Isabel, Lúcia Paz e Pedro Nora, eds. Porto: Braço de Ferro, 2010. 125. Print.

5.1

PUBLICAÇÕES MENCIONADAS



B

Balesteros, Marco e Sofia Gonçalves. *Samizdat*. Lisboa 2011. Print.

Baraona, Isabel, ed. *Jornal Da Oficina Do Cego #3*. Lisboa: Oficina do Cego, 2011. Print.

Borges, Margarida, Marcos Farrajota, Jucifer e Ricardo Martins, eds. *Massive*. n.d. Lisboa: Chili com Carne. Print.

C

Caeiro, Rui. *Chama-Lhe O Que Quiseres*. Lisboa Oficina do Cego, 2010. Print.

Carvalho, Isabel e Pedro Nora, eds. *Satélite Internacional #01*. Alíngua, 2002. Print.

Carvalho, Isabel e Pedro Nora, eds. *Satélite Internacional #04*. Porto: Alíngua, 2005. Print.

Carvalho, Isabel. *Wanda*. Porto: Braço de Ferro, 2007. Print.

Carvalho, Isabel e Clare Thornton. *Minor Breast*. Porto: Braço de Ferro, 2008. Print.

Carvalho, Isabel. *A Casa É Sincera*. Porto: Braço de Ferro, 2008. Print.

Carvalho, Isabel. *Biografia De Uma Praticante Invisível*. Porto: Braço de Ferro, 2009. Print.

Carvalho, Isabel. *Bar Introspectivo Ocupado (Emissores Reunidos 1)*. Porto: Braço de Ferro, 2009. Print.

Carvalho, Isabel. *Mostruário De Horas Tecidas Em Ambientes Pesados Resultando Em Diferentes Padrões Estéticos*. Porto: Braço de Ferro, 2009. Print.

Carvalho, Isabel. *Relógio Capital*. Porto: Braço de Ferro, 2009. Print.

Carvalho, Isabel. *Wanda 2*. Porto: Braço de Ferro, 2009. Print.

Chili com Carne, ed. *Mesinha De Cabeceira #13*. Lisboa: Chili com Carne, 1997. Print.

Chili com Carne, ed. *Boring Europa*. Lisboa: Chili com Carne, 2010. Print.

Chili com Carne, ed. *Mutate & Survive*. Lisboa: Chili com Carne, 2011. Print.

Choe, Dave, Jordan Crane, Brian Ralph e Ron Rege Jr. *Re: A Guide to Reproduction*. (n.d.). <<http://www.reddingk.com/img/reproguide.pdf>>.

Choe, Dave, Jordan Crane, Brian Ralph e Ron Rege Jr. *Soyfriends Home-Publication Guide*. Tenreiro, Rui, ed. (2007). <http://www.soyfriends.com/guide/soyfriends_fanzine_guide.pdf>.

Chung, Nim-Jo e Braço de Ferro. *Looking at the Sun*. Porto: Braço de Ferro, 2008. Print.

F

Feitor, José, ed. *Jornal Da Oficina Do Cego #2*. Lisboa: Oficina do Cego, 2010. Print.

Freitas, Manuel de. *Isilda Ou a Mudez Dos Códigos De Barras*. Lisboa: Oficina do Cego, 2010. Print.

G

Guedes, André. *The Airodiv Papers*. Porto: Braço de Ferro, 2009. Print.

H

Henriques, Luís, ed. *Jornal Da Oficina Do Cego #1*. Lisboa: Oficina do Cego, 2010. Print.

J

Jotta, Ana. *S/He Is Her/E*. Porto: Braço de Ferro, 2008. Print.

N

Nicolau, Ricardo. *Jotta Dossier*. Porto: Braço de Ferro, 2009. Print.

Nora, Pedro. *Lebre Um / O Feio Como Reinvenção*. Porto: Braço de Ferro, 2010. Print.

O

Oficina do Cego, ed. *Canções Usadas*. Lisboa: Oficina do Cego, 2009. Print.

P

Pintos dos Santos, Mariana. *A Outra Casa*. Feitor, José, ed. Lisboa: Oficina do Cego, 2011. Print.

S

Sá Fernandes, Eurico, ed. *Colher - Portuguese Illustration*. Porto: Colher.net, 2011. Print.

Sousa, António de. *Uma Obra Sem Qualidades*. Porto: Braço de Ferro, 2008. Print.

6.

ANEXOS



6.1

ENTREVISTAS PARA CASOS DE ESTUDO



6.1.1

CHILI COM CARNE



O texto que se segue é uma transcrição da conversa com Marcos Farrajota, a 24 de Fevereiro de 2012. A transcrição assume o seu grau de oralidade pelo que poderão existir falhas na sequência do discurso ou utilização de termos característicos da oralidade.

1. Quando é que a Chili Com Carne começou? E como é que isso aconteceu?

Foi em '95, creio, mas só em '97 é que foi legalizada.

Quer dizer, também para dizer a verdade é o seguinte, só também em '97 é que fizemos um livro, pode-se assim dizer, naquela excitação de serem 1000 exemplares e irem para a tipografia. E também só em 2000 é que ficou mesmo definido que iríamos trabalhar com edição. Embora fizéssemos fanzines e isso, pronto, a Chili com Carne era mesmo isso, era uma caixazinha de feijões cheia de coisas completamente diferentes. Houve curtas-metragens, exposições de artes plásticas, coisas assim do género, e depois 2000 é que foi mesmo definitivo, do género 'ok queremos trabalhar é com edição'.

2. Quando começaram, então, não tinham já uma ideia do que queriam ser?

Não, basicamente era só montar uma estrutura que fortalecesse os projetos das pessoas que estavam envolvidas. Porque pronto, obviamente com uma associação, há montes de coisas que tu podes fazer, receber subsídios, ter coisas legalizadas, tens outro impacto sobre o meio. E basicamente era isso, quer dizer, as pessoas que estavam envolvidas, todas elas estavam ainda num estado muito embrionário.

Também isto se calhar é um bocado esquisito, eu tenho estado a pensar nisso nos últimos tempos, que realmente é um bocado estranho pensar como é que era o mundo mesmo assim nos anos '90, quando ficas a pensar que não havia internet, não havia telemóvel, não havia todas estas tecnologias digitais que permitem obviamente no campo da edição fazeres tudo muito rapidamente. Antigamente havia monstros terríveis como os fotolitos, quer dizer havia toda uma série de coisas que realmente custavam para

editar. E mesmo a história dos fanzines quer dizer, eu atualmente sei que não sei fazer um fanzine, porque já não há aquelas máquinas como havia antigamente. Agora vais com uns .PDFs e entregas ao centro de cópias. Opá já não é aquela coisa de pegares numa folha, dobrares, colas uma página e outra, e fazes uma espécie de uma maquete primeiro e não é tudo digital. (...)

Mas isso explica que não havia nenhuma ambição à partida de fazer nenhuma edição ou uma revista ou qualquer coisa. Cada um estava no seu *spot* a tentar fazer um trabalho que era muito *low-fi*, para os *standards* possíveis de agora, pronto. Eu estava a fazer o meu fanzine, o Rafael Gouveia estava a fazer outro...

3. Mas com todas as coisas que estavam a fazer, entre exposições e curtas, porque é que se decidiram focar na edição?

Basicamente porque houve confusões e lutas internas de se estar a trabalhar em várias áreas e muitas vezes elas não terem sequer o mesmo fito, ou o mesmo objetivo das outras áreas que estavam a ser trabalhadas.

4. A edição servia melhor para mostrar o que queriam, do que uma exposição por exemplo?

Sim.

Obviamente, quer dizer, eu acho que mais tarde ou mais cedo iríamos fazer livros e isso era mais do que óbvio, porque já tínhamos feito duas situações ou três que estavam a indicar para aí. Mesmo eu como autor já estava a ser publicado pela Polvo, com o João Fazenda. O Pedro Brito estava a trabalhar na Polvo, por isso era óbvio que ia acontecer qualquer coisa dentro desse campo. Agora, acho que faltava era ainda a matéria prima de qualquer coisa para ser feita. E realmente na altura havia... Era um bocado o *boom* da banda desenhada, também estávamos muito ligados à banda desenhada, muitas das pessoas. Quer dizer, havia uma expansão bastante enorme em '96 e 2002 graças aqui à Bedeteca e ao tempo do João Paulo Cotrim, que havia um apoio às editoras. Estes exemplos que eu trouxe são exemplos disso... A Bedeteca estava a fazer subsídios no fim de contas na compra de livros de fanzines, de coisas de autores portugueses, e isso tudo.

Eu acho que estava a depender um bocado do que é que ia acontecer com cada uma das pessoas. Curiosamente até arrancámos um bocadinho mais à sério com um livro de literatura, uma prosa poética, textos mais ou menos poéticos, do Rafael Dionísio. E só depois com o *Mutate & Survive* que é pronto, mais uma lata de feijões esquisitos não é, uma junção de muitas coisas. Pronto, sobre uma ideia de fazer um mega fanzine. Na altura fazia sentido, agora se calhar menos, mas que pronto foi assim uma experiência fora do comum.

Antes disso em '97 a única coisa que tínhamos editado era o *Mesinha de Cabeceira n.º 13* que tinha uma história de um autor, assim um bocado de

meteorito que é o Nunsy. Que nunca mais fez nada depois disso e pronto era assim um trabalho mesmo *alien* (e continua a ser) do resto da cena portuguesa. Pronto foi a única vez que apostámos, depois as coisas foram surgindo. Também no nosso caso há muitos projetos, quer dizer, não é uma editora naquele sentido clássico de vou selecionar um trabalho estrangeiro e vou traduzi-lo, por acaso isso nunca nos aconteceu. Realmente as coisas partem muito de raiz da orgânica do momento, quer dizer, se há cinco pessoas que dizem ‘epá era muita louco alugarmos uma carrinha e irmos pela europa fora e fazer um livro depois com isso’, pronto a gente faz isso. Se houver alguém que diz ‘tenho este livro para editar etc etc’, ok tudo bem. Agora não temos aquela gestão editorial, do género todos os anos temos de fazer x desta coleção de ensaio ou seja o que for. (...) Acontece um bocado ao acaso e é uma espécie de recreio. Quer dizer, todas as publicações são sempre recreios para as pessoas, porque estão envolvidas... Quer dizer quem quiser fazer isso acaba por fazer realmente uma empresa ou coisa assim do género. Isto são sempre recreios para as pessoas, não é. Mais que um *hobby*, é sobretudo teres aquela liberdade de criação e de produção de qualquer coisa, de um objeto, de um conteúdo, que tu podes fazer como tu queres quando tu quiseres.

5. Então em cada publicação que fazem, o projeto vai surgindo. Vocês não têm um plano muito definido, nem acontece sempre da mesma maneira. Cada publicação acontece como acontece. Não têm propriamente um editor que diga vamos seguir esta linha ou aquela. Por exemplo como é que escolhem os autores?

Quer dizer, eu como elemento resistente da coisa, e depois talvez a Jucifer que também está desde 2001, mais ou menos... Quer dizer há coisas que são óbvias que não queres fazer não é, pronto.

6. Vocês vão escolhendo um bocado intuitivamente?

Sim, quer dizer, é óbvio que se alguém vier com qualquer coisa como aquele ‘pizza boy’ ou uma treta assim do género, a gente não vai querer editar aquilo, como é óbvio.

7. Mas as pessoas vêm ter convosco para editar coisas?

Sim, de vez em quando acontece esse tipo de situações. Mas é assim, muito raramente são coisas que tu digas ‘epá descobrimos um gajo...’. Não o que acontece é um bocado aquele pessoal que envia uma tonelada de *e-mails* com o currículo para várias empresas ao mesmo tempo à espera... ‘São uma editora de BD, vejam lá o meu trabalho’. Às vezes são gajos que fazem super heróis ou fazem coisas assim terríveis. Esquece, vou responder a dizer ‘não, não nos interessa mas tenta a Devir ou a Asa, mas não envies para a Chifli com Carne ou para a MMMNNRRRRG, se não conheces o catálogo.’ É absurdo.

8. *E depois a produção, como é que vocês fazem? É consoante cada publicação?*

Sim, não temos tido nenhum designer a tempo inteiro. Em cada projeto, são as coisas a rolaem por elas próprias, com aquilo que tu fazes no momento e com aquilo que tu achas que faz sentido. Por exemplo houve livros que foram feitos quase todos à mão, todo o *lettering*, toda a ficha técnica, todas essas coisas foram feitas à mão, com a ajuda de alguém que ajudou depois a *scannear*, ou assim. Como há por exemplo uma coleção que está muito bem definida que é o João Cunha que faz todo o design dessa coleção que é com parceria com a Disco, que é a coleção de ensaios.

Mas o resto tem sido sempre assim por mero acaso, porque faz sentido naquela altura estar com aquela pessoa ou porque aquela pessoa está ali presente e também voluntariza-se para fazer o trabalho. A parte de design, como todo o trabalho basicamente não é remunerado, por isso, se as pessoas não puderem na altura, dizem que não podem e tudo bem.

9. *Vocês esforçam-se muito por chegar ao público, por vender? Divulgação é uma coisa que vocês valorizam?*

Sim, divulgação e distribuição, tem de ser as duas coisas ao mesmo tempo. Quase todos os dias estou a chatear loja a ver ‘então como é que é? já venderam? precisam de mais?’ No fundo, tentar fazer esse esforço.

10. *Vão fazendo lançamentos?*

Lançamentos nem por isso. Não muito.

Quer dizer, agora houve uma situação e vamos agora fazer outras, pronto. Há algumas situações que sim, mas muitas vezes nem entramos muito nesse esquema muito formal e isso tudo.

Basicamente é divulgar por *e-mail* e por blogues.

11. *Acham que tem sido suficiente?*

Eu tenho as minhas dúvidas, porque, pelo menos eu, sou muito conflituoso com as pessoas, por exemplo, no caso da BD. Para já há um desinteresse máximo, da maior parte dos meios de comunicação em pegar sobre banda desenhada. É curioso, por exemplo o *Boring Europa* quiseram pegar muito nisso. Houve realmente a Câmara Clara, foi uma revista de viagens, acho que saíram mais notícias aqui e acolá porque realmente o projeto é o que é, por ser original. Agora, se for uma banda desenhada que não se sabe muito bem de quê, até pode ser muito boa, até pode ser uma coisa experimental, super interessante e isso tudo, epá, ninguém sabe pegar naquilo, analisar criticar e divulgar e promover nos *media*. Isso não lhes interessa.

A análise pública que existe de banda desenhada, aquela que há, são coisas muito quadradas, muito fechadas, numa linha antigo regime da coisa, tipo *Manara's* e *Asstérix*. Opá pronto o *Mana* é *state of the art* para eles, e o resto são *bizaterries* que nem sequer têm valor. Aliás, na coleção da Bedeteca,

a *LxComix* quando saiu os dois primeiros números que era eu e o Pedro Brito – o Pedro Brito o primeiro número e o meu era o segundo – estas coisas acabaram por sair cá para fora. E eu lembro-me de ver as críticas na altura que eram do género ‘isto são putos a brincar’. Eu tive uma crítica muito mais engraçada de um tipo que estava preso em Monsanto, que eu fui lá num *workshop* de BD, e o gajo escreveu mais qualquer coisa de bonito e engraçado sobre o meu livro do que propriamente o Carlos Pessoa no Público.

E realmente estes primeiros indícios deste novo formato que apareceu no final dos anos ‘90 a *graphic novel*, a preto e branco, o *comic book*, todos estes formatos ao início foram achados como uma coisa de putos ou de pessoal dos fanzines que está aqui a brincar. Demorou alguns anos até isso ser levado a sério.

Isto são exemplos, porque continuando a editar as coisas que edito, são realmente marginalizadas, não têm impacto sobre os *media*, por isso eu pergunto-me o que é que realmente poderia fazer mais. Realmente é trabalhar mais com o público e tentar fazer através dos eventos que há e isso tudo, tentar promover aí.

12. Vocês também acabam por ter um público mais ou menos definido não? Um grupo de pessoas que já consome o que vocês produzem e não há um alargamento muito significativo, certo?

Não, não, acho que isso era estarmos a pensar que só há 500 pessoas com piada no universo. Realmente há coisas curiosas quando as pessoas descobrem títulos antigos, que foram editados em 2000/2005, pessoas que estão agora a descobrir números antigos.

Estamos a pensar tiragens que foram grandes, algumas no início até 1500 exemplares. Realmente demorou até alguns desses livros estarem esgotados, e alguns se é que alguma vez vão ficar esgotados. Portanto há realmente pessoas que estão interessadas, que andam por aí. É um bocado sem fim, acho que não há um número finito de interessados. Estás sempre a encontrar novas pessoas. Simplesmente elas não sabiam que tu existias. Podem ser tocadas por um certo tema, ou por um autor e depois descobrem, e podem continuar a procurar. Isso é realmente o consumo de cada um. As pessoas é que sabem até que ponto são ativas sobre o seu próprio consumo. Se aceitam apenas tudo o que existe numa livraria... Depois a frequência de outros meios permite a descoberta de muito mais coisas.

No caso da banda desenhada ou da edição independente, eu acho que as pessoas ou realmente têm uma paixão muito especial por banda desenhada ou por um tipo de edição, ou então é um consumo muito normalizado, tipo cinema, em que as pessoas têm tempo ou não. Se as pessoas souberem que há autores parecidos com o David Lynch se calhar vão à procura, ou às salas de cinema ou a festivais ou a sacar da net ou comprar dvds... Agora se as pessoas não têm tempo nem o interesse de pesquisar mais, o que aparecer à frente é o que há.

13. *Falaste nos números esgotados. Isso costuma acontecer? Conseguem ter esse retorno?*

O mais básico é passado 10 anos esgotar, está a acontecer.

14. *Edições de quantos exemplares?*

Algumas de 1000. Claro que também muitas foram oferecidas e trocadas e isso tudo, mas não interessa.

Agora por exemplo, houve um livro o *Massive*, que em um ano e meio esgotou. Mas era um livro muito trabalhado, e teve a ajuda de uma distribuição decente, porque houve o envolvimento com uma boa distribuidora.

No passado nós tivemos distribuição por uma distribuidora de banda desenhada, que estava ligada a uma loja de BD em Coimbra. Era uma pessoa belga, foi-se embora e deixámos de ter representação em livrarias de uma forma generalizada. Mesmo assim eu tentei. Havia distribuidores que não estavam interessados, havia distribuidores que eu sabia que não valia a pena porque depois não pagavam, e depois meti-me com uns outros, que inicialmente pareciam bons, mas que a dada altura também não estavam a pagar e tivemos imensos problemas, e agora já conseguimos que paguem. Mas no fundo isso ajudou a que uma série de novidades que saíram em 2010, tenham sido despachadas rapidamente. Posso dizer números: há livros que eles venderam 50, outros 70, nem sequer é nada muito impressionante. Agora a verdade é que nós também mexemos-nos muito, fomos a festivais internacionais, criámos contactos por aqui e acolá, e de repente há coisas que realmente vão muito facilmente.

Há outras que são particularmente lentas. Por exemplo há um livro que editámos o ano passado e pura e simplesmente não se vende. Parece assim meio amaldiçoado.

15. *Conseguem pagar aquilo que gastam?*

Sim. Quer dizer, há livros que não. Nós trabalhamos melhor com o campo visual da banda desenhada e da ilustração e realmente os nossos livros de literatura, têm menos saída. Com os livros de ilustração, podemos pôr numa loja de design, numa galeria, podemos ir lá fora com coisas que não têm texto, que são apenas visuais, ou que têm traduções em bilingue. Agora, literatura, que é em português pura e simplesmente, torna-se muito mais complicado.

Mas de uma forma generalizada, toda a nossa atividade em 10 anos, conseguimos pagar.

Obviamente, no caso da Chili com Carne, temos alguns apoios, sobretudo do IPJ, e no passado também do Departamento de Juventude de Cascais, que já não temos, porque acabámos por nos queimar com um texto que não agradou muito ao PSD. Eles ficaram escandalizados e deixaram de nos apoiar lá em Cascais.

Mas por exemplo o *Mutate and Survive* foi todo pago com subsídios.

De outra forma não o conseguiríamos fazer naquela altura. Agora, fazendo contas passados 10 anos, todas as vendas que nós fizemos iriam pagar apenas a impressão. Quase que nem acredito. Estamos a falar de 1500 exemplares, um livro que vendeu bastante bem, e mesmo assim... Mas também é verdade que fizemos o livro só a 10€... Pronto, ele foi pago logo de início porque recebemos do IPI, da Câmara de Cascais, da Junta de Freguesia de Cascais, e o livro ficou pago. Agora se nós estivermos à espera das vendas para o pagar, provavelmente não íamos fazer o mesmo preço também claro, mas também é verdade que com as vendas que nós fizemos só agora é que íamos pagar a impressão (passado 10 anos...).

16. Há algumas pessoas que se assumem como anti apoios e subsídios. Talvez considerem isso pouco independente. O que é que achas disso?

Eu não tenho nada contra isso, desde que esse subsídio não interfira de forma alguma sobre o trabalho. E nós realmente nunca tivemos esses problemas. Só tivemos *a posteriori* quando depois de fazermos eles ficaram chateados e decidiram não nos financiar mais. Foi realmente essa situação da Câmara de Cascais em 2004, que eles andaram a ligar uns aos outros escandalizados: ‘mas já viram isto?’. O IPI não pode pura e simplesmente deixar de dar apoios a associações, a não ser que tu não cumpras formalidades legais, mas a Câmara de Cascais pronto, simplesmente disse que já não estavam interessados.

17. E a Feira Laica, quando é que começou?

É assim, antes da Laica já tinham havido outras situações, outros eventos, e quando a Laica apareceu....

Na realidade não ia haver nada relacionado com a publicação independente. Porque tinham havido dois eventos no Natal, um que era a Subterrâneo, acho eu, e a Família Alternativa ou uma coisa assim. Tinha havido outra coisa organizada por pessoal das Caldas, Arte dos 300, em Lisboa, e depois também houve outro evento que era o Zurziro Gigante, etc.

Mas no ano em que fizemos a primeira Laica parecia que não ia acontecer absolutamente nada e um dos organizadores ia ter um filho, e precisavam de esvaziar um quarto, com uma série de livros e discos, e na realidade isso foi tudo para a Laica. Que era basicamente despachar todo o *trash* de livros e discos de colecionadores compulsivos, e pelo meio toda a gente fazia fanzines ou livros. E depois isso foi repescado no ano seguinte e a coisa começou a avançar. Ainda teve assim uns contornos estranhos do género, artesanato urbano, e houve uma tentativa de juntar públicos diferentes, mas a dada altura percebemos que havia um público só muito específico que vinha só por causa das edições independentes. Até porque o artesanato urbano espalhou-se por todo o lado e deixou de ter qualquer espécie de atração.

Na altura acabou por se misturar tudo porque havia pessoas que tinham ligações connosco que também faziam desenhos, e havia esse lado artesanal que também tinha a ver com os fanzines e com a edição independente que

fazia sentido na altura, mas passado um ano ou dois achámos que não fazia sentido. A parte da edição independente não estava a ter mais valias por causa disso, pelo contrário, de repente já era uma coisa mais circense, e decidimos que devíamos focar só mesmo na edição independente.

A primeira foi em 2004, se não me engano. A história da Feira Laica como surgiu... lembrámos-nos da “Laica” por causa da separação do estado e da igreja e depois brincar com a cadela, e pronto, não ser assim tão óbvio.

18. E vão continuar?

Parece que sim.

Costumava ser aqui na Bedeteca. Tinha piada por causa dos jardins e isso. Agora estamos à procura de sítios porque em Lisboa realmente é complicado encontrar sítios. Acho que no Porto existem sítios maiores que são mais baratos, ou podes alugar, ou há armazéns, etc. Aqui as coisas são muito mais invisíveis. Se fores pela baixa vês montes de sítios que estão abandonados há anos, e tu não sabes nem consegues saber de quem são ou com quem falar. Os privados também é difícil porque as casas ou são muito pequenas ou são muito grandes, tipo ou tens a tasquinha ou tens o Lux. Não tens os Armazéns do Chá ou o Plano B ou os Maus Hábitos, que são realmente bons para este tipo de eventos. Depois se eles estão abertos ou não para esse tipo de programação já é outra história, mas pelo menos existe essa hipótese. Aqui a Câmara nem sabe os espaços que tem, por exemplo. E depois para projetos que dão pouco dinheiro eles não querem saber. Por exemplo, a Experimenta Design arranja sempre espaços milagrosos e lindíssimos e tudo isso, mas tem um peso político, que uma Feira Laica não tem.

Cá nós estamos sempre um bocado à rasca para descobrir um espaço, só que claro, sempre nos habituámos aqui no Verão, a estar na Bedeteca, porque era fácil e eu trabalhava cá e fazia a ponte. Depois no Natal era sempre procurar qualquer coisa, e já estivemos nos sítios mais estranhos. Agora há o Teatro do Bairro, ou por exemplo o espaço da Interpress, que uma vez alugámos. Por 500 euros ficámos lá duas semanas, e correu muito bem. O espaço era lindíssimo, era assim uma antiga tipografia, com um fosso grande, todo sujo, com aspecto industrial... foi em 2008 quando trouxemos o Mike Diana. Mas pronto foi mesmo assumir que, se queres fazer isto como deve assim, desta forma não estás dependente de ninguém. Arranjámos uma forma de pagar aquilo, os autores pagavam 10 euros para ter um desenho, mais bar, mais entradas de concertos e a coisa pagou-se. Agora realmente é possível fazer nesse aspecto.

19. Achas que a Laica ainda tem problemas a resolver? Ou achas que está tudo feito e é só repetir?

Pois, neste caso sim, acho que estamos em piloto automático. É fácil fazer uma chamada de atenção estilo “Pronto vamos fazer uma feira laica, quem quer vir cá com uma mesa, as condições são estas”. Depois concertos, mais ou menos, já foi mais difícil, por acaso, projeção de filmes também já vou

arranjando facilmente. Quando arranjo filmes para mim já fico a pensar que daqui a seis meses os posso mostrar na Feira Laica. Já começo a pensar com antecedência e a guardar. E as coisas estão assim nesse aspecto.

Falta-nos a parte agora de fazer mais coisas diferentes e novas. E depois é a tal questão de seres editor e queres estar é na mesa e ninguém te chatear. Quando estás numa organização tens de andar de um lado para o outro.

Mas isto implica também outras coisas, por exemplo, eu gostaria de falar sobre edição e fazer entrevistas a pessoas, mas eu não tenho paciência. Obviamente numa situação dessas para ir ainda para uma mesa qualquer e falar por exemplo. Nesse aspecto foi porreiro quando foi aquela vez lá no Porto. É bom ser convidado, é bom ser visitante e não o organizador.

20. Ainda continuas a achar que vale a pena? Continuas a ver relevância no projeto da Laica?

É óbvio, porque é a única forma de juntares pessoas no momento, de juntares um público, de venderes coisas, mostrar coisas novas, ou de convidar autores estrangeiros que aparecem, e acontecer qualquer coisa durante um dia, dois dias... Se calhar é a mesma coisa que uma Junta de Freguesia que faz um arraial ou uma coisa assim, mas eu acho que é realmente importante para juntar aquela comunidade durante dois dias ou seja o que for. Porque isso também traz alguns *media*, que também vai falar sobre isso, quer dizer isso ajuda realmente a expandir um bocado todas estas questões da edição independente, da banda desenhada, do fanzine.

21. O que achas da nova onda de interesse na edição independente e na organização de feiras e eventos relacionados?

Se calhar as pessoas estão a perceber que não é assim um bicho de sete cabeças organizar uma coisa destas, quer dizer talvez no Porto possa haver mais saturação uma vez que as lojas aceitam mais facilmente este tipo de edições do que cá em Lisboa. Agora em Lisboa eu diria que isso nunca seria demais estar a fazer continuamente porque não existe essa comunidade artística como, se calhar, existe no Porto e que facilita a distribuição e isso tudo.

Agora essas pessoas que estão a promover esses eventos podem é tentar fazer também outras coisas. Tentar que não sejam só as mesas. Tentar criar aqui um formato que seja original, como passar filmes, ou concertos, etc. (...) Mas são estas coisas que temos de descobrir. Eu acho que até nós já tivemos coisas mais engraçadas e deixámos andar no piloto automático. Nós já tivemos coisas muito diferentes, tivemos uma ‘máquina de fazer desenhos’ em que os putos pediam coisas e estava lá dentro um ilustrador e fazia um desenho. Mas tem-nos faltado um bocadinho toda essa parte criativa quase *show off*, caso contrário só estás a pedir às pessoas para entrarem para fazer o consumo. No fundo é oferecer exposições, filmes, concertos, essas coisas todas. O problema é que neste momento já está tudo muito batido, concertos *ok*, filmes *ok*, mas era porreiro era que

houvesse um gajo que pintasse o chão todo, que pintasse os teus ténis, que houvesse porrada, que acontecessem mais coisas.

Espero também é que estas novas pessoas que estão todas a criar, estão a fazer fanzines, era bom que as pessoas aparecessem com coisas diferentes, mais experimentais, para também não cairmos nesta coisa de são livros e fanzines, etc e fica por aí. (...) Porque aí sim tenho medo que possa estagnar e que depois possa ser um fenómeno de moda que não volte a existir.

Apesar disso eu acho que vão sempre haver pessoas a aparecer com coisas novas.

22. Parece-te importante a criação e manutenção de um registo físico e online da publicação independente nacional?

Obviamente que quem edita nem sequer pensa nisso, tipo em deixar numa biblioteca e deixar para a posteridade. Mas a verdade é que depois se conseguires fazer esse trabalho e conseguires ir colecionando e convencendo as pessoas, podes conseguir criar um hábito. A *Feira Laica* era porreira nesse sentido, tipo *okay* estás a vender coisas num espaço público mas ofereces um exemplar para a biblioteca, e pelo menos alguma atualização foi feita graças a isso. E de repente tu vais ver e tens aí fanzines que são os primeiros trabalhos do João Fazenda, os primeiros trabalhos do Pedro Brito, e doutras pessoas como o Esgar Acelerado, o Rui Ricardo... Quer dizer, estão aí coisas que se calhar a nível de história se iriam perder. Não há razão para não fazer um arquivo disso.

A única questão é saber como é que se pode financiar o projeto para recolher livros onde não existem faturas, recibos, há uma perfeita ilegalidade sobre as coisas. Como é que tu consegues ter dinheiro ou uma forma de adquirir esses objetos para continuar a coleção a evoluir.

No nosso caso, na Bedeteca, algumas coisas foram compradas a livrarias, há também os editores que oferecem os livros ou as fanzines, e pronto e havia a *Feira Laica* que conseguia adquirir as coisas da forma que já falámos.

Acho que também o facto de ser uma Bedeteca incentiva as pessoas, que não deixariam à partida numa biblioteca normal. Aqui como é uma coisa muito direccionada, o próprio sente que será importante deixar cá porque sabe que vai criar um registo e é uma coisa específica que não se vai perder no meio dos livros do Paulo Coelho.

Mas tu tens experiências deste género pelo mundo fora. A fanzinoteca de Poitiers que ganhou nome e toda a gente envia para lá. A partir do momento que ganhas visibilidade as pessoas começam a enviar.



O texto que se segue é o resultado de uma entrevista a Luís Henriques realizada por *e-mail* entre 20 de Abril e 4 de Junho de 2012.

1. Apresentação da editora: objetivos e motivações do projeto. Importa saber quando começou e em que contexto (data e local).

A Oficina do Cego não é propriamente uma editora. É uma associação cultural sem fins lucrativos que tem duas vertentes: formativa e editorial. Até aqui tem funcionado com mais regularidade a parte formativa (workshops e cursos de 120 horas sobre práticas de impressão e edição de livros e objectos com forte componente gráfica).

Foi fundada por 10 pessoas ligadas a diversas áreas: ilustração, impressão, design gráfico, crítica de banda desenhada e ilustração.

Entretanto tem cerca de 48 associados, mas o núcleo mais activo permanece sensivelmente o mesmo.

2. O que é que motivou o vosso início, a autoedição ou as técnicas de impressão? Como é que aconteceu?

Existia um grupo informal que já participava em exposições e edições colectivas (nomeadamente associadas à Feira Laica, um evento fortemente marcado pela edição de fanzines). Este grupo achou por bem procurar um espaço comum para poder trabalhar em conjunto e individualmente. A ideia básica é juntar esforços, conhecimentos e materiais. Além disso, desde o início, sabíamos que poderíamos apostar na vertente formativa para sustentar a associação (que não recebe quaisquer apoios institucionais).

3. Porque é que começaram a publicar? E porquê de forma independente?

A edição foi sempre um objectivo. E publicar sem pedir licença a ninguém, fazendo como bem entendemos, também.

4. De que forma se organizam em termos editoriais, ou seja, como são criados os conteúdos de cada publicação? (Por exemplo: como escolhem os autores, que equipa editorial existe por trás de cada publicação, etc)

Não existe um plano único. Temos duas vertentes: edições colectivas que são iniciativa do grupo e contam com a participação colectiva.

Edições que são propostas por dois ou três sócios. As escolhas são feitas com base na admiração e nas afinidades que temos com os autores.

5. De que forma produzem as publicações? (métodos de impressão, tiragem e distribuição)

As edições podem ser feitas com métodos tradicionais, caídos em desuso, como a tipografia de caracteres móveis. Podem também ser feitas em serigrafia ou cópia digital. Podem ser feitas em off-set. As possibilidades são infinitas. Mas interessa-nos aprender tudo e participar na feitura de todo o processo. As tiragens são reduzidas. entre 100 a 200 exemplares, habitualmente.

6. De que forma divulgam os vossos projetos? Consideram a vossa divulgação suficiente?

Divulgamos os projectos pelo blog e confiamos na passagem do boca a boca. Realizamos com alguma regularidade eventos que reúnem muitos dos potenciais interessados. Para a dimensão que temos é suficiente: as edições esgotam.

7. Conseguem atingir o público que pretendem? Ou seja, sentem que estão a cumprir os objetivos a que se propuseram quando o projeto começou?

Eu diria que sim. Mas ainda podemos fazer mais. Deveríamos ter um catálogo muito mais preenchido, mas falta-nos tempo (nenhum de nós se pode dedicar exclusivamente a isto).

8. Qual o público-alvo das vossas publicações?

Público leitor de poesia, público de fanzines, público que se interessa por bizarras gráficas.

9. Como se sustentam? O processo de edição, juntamente com os eventos e workshops é sustentável? Neste contexto o que pensam de subsídios e apoios públicos?

Com eventos, workshops e com o pagamento de cotas (3 euros por mês). Não temos grande património e pagamos renda. Não sobra muito. Quanto a apoios, nenhum de nós tem nada contra. Já procurámos apoio ao nível de espaço. Chegámos a participar activamente na promoção dum evento que foi muito concorrido no Mercado do Forno do Tijolo. Na altura, acenaram-nos com uma cenoura (espaço com renda baixa) que depois foi retirada. Também já tentámos apoio para levar as formações para fora de Lisboa. Não resultou.

Deixámos de contar com apoios e vamos na mesma. Mas primeiro garantimos que a coisa é paga e compensa. Estivemos há dois dias nas Caldas da Rainha a dar workshops de tipografia. Correram muito bem.

10. *Qual a importância para vocês dos projetos não editoriais da Oficina do Cego? (ex: workshops, exposições) Desempenham um papel grande naquilo que define a vossa associação?*

Eu diria que a parte formativa e os eventos são o cimento da associação. Sem isso, já não existiríamos

11. *Quais são os objetivos principais destes projetos paralelos? Estão a ser cumpridos? Vão continuar?*

O objectivo principal é promover um certo entendimento das artes gráficas: liberdade, bizzarria e pequena edição. Cumprimo-los plenamente e vamos continuar.

12. *O que vos parece funcionar melhor na Oficina do Cego, e quais são as suas principais falhas? (se é que existem claro)*

Tudo funciona no melhor dos mundos possíveis. Mas devíamos ter mais edições. Falta-nos tempo.

13. *Continua a parecer-vos importante a divulgação da área da autoedição? Acham que durante estes últimos dois anos o “mercado” independente tem ficado saturado de workshops, feiras e exposições deste género? Uma saturação destas poderia tirar validade aos projetos que estão a desenvolver?*

Não sentimos saturação. Ou melhor: se existe saturação é generalizada. Comparadas com o turbo-capitalismo de imprensa que enche as livrarias de franchising, as feiras parecem-me pequenos cogumelos na floresta. Acho que ainda não é uma epidemia. Mas pouco importa.

A gente trabalha demasiado devagar e numa onda que não tem a ver com nada. Mesmo que não se venda já, continuaremos a fazer. Até porque fazemos tão pouco e com tanta preguiça...

14. *O projeto desta dissertação está concentrado na criação de um registo de edições independentes. Consideram pertinente o registo de edições que se assumem como pontuais e efémeras?*

Há uma ambivalência na memória e no impulso arquivístico ou histórico. A memória está por detrás do famigerado respeitinho, da moral e do medo aos antepassados que se vai cristalizando em formas de dominação aparentemente inelutáveis - como ensina a genealogia da moral. Mas o registo da multiplicidade de experiências do passado também abre hipótese de nos desviarmos do caminho único, dá-nos forças para resistir e criar valores.

Apesar do aparato e dos rituais institucionais, curiosamente, as milhentas teses universitárias que se vão empilhando anualmente nos depósitos da BN e nos arquivos universitários também não deixam de ter uma faceta efémera.

Em todo o caso, a vontade de dar um pouco mais de duração às coisas, não me parece mal.

15. Este registo que vamos fazer, vai ser feito online através de um site que pretende ir registando, mas também divulgando projetos e eventos da área. Queremos compilar notícias e ideias de várias fontes sobre publicação independente. Podemos ir publicitando notícias do vosso blogue?

Claro. A ideia de trabalhar também para o presente, e não para o empilhamento do passado, parece-me ótima.



O texto que se segue é o resultado de uma entrevista a Eurico Sá Fernandes realizada por *e-mail* entre 3 e 16 de Junho de 2012.

1. Apresentação do projeto: objetivos e motivações do Colher. Importa saber quando começou e em que contexto (data e local).

O *Colher* iniciou-se em Fevereiro de 2010 por mim, como um projecto inicial com o objectivo de criar um livro sobre o design gráfico português. Na altura tinha acabado o meu curso profissional de design gráfico na Escola Artística e Profissional Árvore e estava a fazer o meu gap-year. Durante esse gap-year para além de pensar no que queria para o meu futuro, também tive a oportunidade de trabalhar livremente em alguns projectos pessoais e o *Colher* foi um destes.

2. O que é que motivou o vosso início? Como é que aconteceu?

O que motivou o início do *Colher* foi a vontade utópica de querer fazer e publicar um livro sobre o design gráfico português. Na altura (tinha 18 anos) pensava que qualquer editora o poderia publicar, hoje provavelmente já optaria por uma publicação independente. Mas tudo aconteceu, porque no ano anterior, 2009, eu estava fascinado com o livro Neuland desenhado pelos TwoPoints, que tinha encontrado numa Fnac em Bilbao aquando de uma road-trip com os meus pais e o meu irmão a Paris. Quando voltei, queria fazer algo do género, contudo tinha consciência da ausência de meios para o concretizar também não conhecia suficientemente bem o design gráfico português. Por isso, decidi iniciar o *Colher* como ponto de partida para esse livro baseando-me um pouco no formato de website/blog influenciado pelo site TypoJungle, já que, por esse tempo, eu o visitava praticamente todos os dias, para assim conhecer e dar a conhecer um designer, atelier ou estudante de design gráfico. A partir daí comecei a conhecer bastantes pessoas, porque sempre postei com o consentimento das pessoas e também a mapear o design gráfico português. Quando a Mariana e eu nos mudámos para Londres para ambos estudarmos no London College of Communication, ela começou a ter um papel mais activo no *Colher* e agora o projecto também é dela. Recentemente devido a estarmos bastante ocupados com a faculdade e o trabalho solicitamos a colaboração de pessoas para nos ajudar a tornar o *Colher* mais completo e até termos a oportunidade para dar uns passos em frente.

3. O vosso projeto tem uma forte componente altruísta. A divulgação de trabalho de terceiros acaba por ser o mote do vosso trabalho. Isso agrada-vos? Não têm ambições de produzir e divulgar o vosso próprio trabalho, ou uma coisa leva à outra?

Apesar de não darmos a conhecer o nosso trabalho através do *Colher*, este tem sido um projecto que, apesar de pontualmente não estar tão

activo, está sempre presente. Com o Colher tivemos a oportunidade de criar coisas para nós, e o que não é o Colher senão a imagem. No fundo, a divulgação do que é o nosso trabalho já passa através da imagem visual e curadoria do Colher ou das suas extensões como são os exemplos das publicações, concursos ou exposições.

4. De que forma organizam a publicação de conteúdos, ou seja, como são escolhidos os conteúdos de cada post? (Por exemplo: como escolhem os autores, que equipa editorial existe por trás de cada notícia, etc)

Presentemente temos colaboradores que nos ajudam a criar conteúdos, mas muitas vezes estes são feitos porque estão nas circunstâncias. Mas em relação a conteúdos no directório, ou gostamos e contactamos para pedir permissão para postar ou então fazêmo-lo através do submit no site do Colher. O processo do Colher é bastante caótico, não existe propriamente uma equipa editorial. Isto porque nunca ganhamos nada com o Colher, é um projecto de tempos livres e, por isso, este nunca conseguiu tomar a qualidade desejada em termos de conteúdos. O que nós fazemos ao nível editorial prende-se com o facto de termos um grupo privado no facebook que nos ajuda a manter o diálogo activo.

5. Nos últimos anos os projetos auto-iniciados por alunos ou jovens designers têm dinamizado a área de uma forma inovadora, que antes não tinha sido conseguida pelas instituições já estabelecidas. O que pensam disso? Devem ser os alunos e designers a dinamizar a sua própria área, ou deveria existir uma plataforma mais oficial para a resolução dos problemas que a área enfrenta?

Oficializar vem um pouco tirar o poder da iniciativa própria que é bastante importante. Achamos bem que sejam os alunos e os jovens a dinamizar a sua área, porque demonstra que são interessados e é aí que se consegue ver a motivação de cada aluno. Cada um tem que lutar pelo que acredita.

Achamos que são boas iniciativas as tomadas por alunos ou designers ou freelancers ou desempregados, porque normalmente quando mais tempo se tem, mais se criam novas formas de dinamização. Isto também tem a ver um pouco com a internet e a difusão da informação. Achamos que não deveria existir uma plataforma oficial, porque se parte do desejo pessoal, o facto de se oficializar ia ser “corporativo”. Seria um pouco “sindicalizar” as coisas e não sabemos se isso é realmente benéfico para quem o pratica ou se ainda iria trazer mais problemas. Obviamente que pode haver uma entidade que as representa ou divulgue, como o Colher faz, mas entrar “economia” ao barulho ia ser complicado e estranho.

6. Numa perspectiva mais prática, dão muita importância à divulgação pública do vosso projeto? Fazem um esforço efetivo para que as vossas ideias sejam lidas pelo máximo número de pessoas, ou assumem que o trabalho está disponível ao público e que isso é suficiente?

O único esforço efetivo que fizemos foi, provavelmente, a partir do facebook (e não é muito esforço). Não há verdadeiramente um esforço efetivo, no entanto é claro que nós gostávamos que houvesse um maior número de pessoas interessadas no Colher e que o lesse, mas não fazemos propriamente publicidade, não há a necessidade de fazer advertising na internet com google ads ou facebook ads ou até andar sempre a ver quantas visitas temos no Colher. Esta faceta é, provavelmente, o que distingue o Colher dos outros sites do género, talvez não sejamos tão “intrusivos”.

7. Sentem que conseguem atingir o público que pretendem? Ou seja, sentem que os objetivos a que se propuseram quando o projeto começou estão a ser cumpridos?

Achamos que estar a “enfiar pela garganta abaixo” das pessoas o que elas não querem, não faz sentido, talvez só numa perspectiva de novos visitantes ou novos leitores, porque de resto se as pessoas vêem e gostam é mais que natural que continuem a gostar. Se o deixarem de o fazer é porque nós estamos a fazer alguma coisa errada, e aí vamos estudar as fragilidades e não propriamente preocuparmo-nos em fazer sempre publicidade.

8. Conseguem ver uma verdadeira consequência do vosso projeto na vossa área de intervenção?

A consequência mais visível presumo que foi a das pessoas começarem a saber mais quem é uma ou quem é outra, se calhar houve uma agregação mais efetiva das pessoas que o Colher divulga. Não vejo outra consequência muito mais efetiva, porque o objectivo do projecto era divulgar o design gráfico português, algo que vive dentro das pessoas e, por isso, não é propriamente visível ou palpável. No Colher Tour achamos que sim, que se percebeu mais a imagem que as pessoas têm do Colher e como este influencia, principalmente nas regiões mais periféricas.

9. O vosso projeto é sustentável? Conseguem compensar os gastos que têm? Como é que fazem essa gestão? Neste contexto o que pensam de subsídios e apoios públicos?

Não é sustentável, mas precisamos de repensar essa matéria. Nós já implementámos algumas coisas como anúncios no site que, na versão original, não tinha mas mal chega para pagar as despejas de alojamento do site ou mesmo a implementação da loja online. Mas estes são lucros que não são efetivos, não dão propriamente para governar uma pessoa, mas vamos tentado que dê pelo menos para pagar as despesas como impressões e alojamento do site. Os lucros não são findáveis. Nas nossas iniciativas como é o caso do Portuguese Illustration já sabíamos que íamos

gastar um pouco de dinheiro por ser impresso em Riso, mas a ideia era vender o maior número de cópias possível e daí advirem alguns lucros que fossem sustentar os próximos passos do projecto. Mas isso não se verificou, porque a venda foi bastante lenta e ainda temos algumas cópias. Algumas também vendemos em lojas ou livrarias, mas efectivamente a impressão ficou muito cara, para além de termos tido um apoio em parte dos custos de impressão da publicação, se deu para pagar o dinheiro que investimos já é muito bom. Em relação ao Colher Tour foi tudo pago do nosso bolso, por isso apesar do esforço para fazer tudo o mais barato possível ainda se gastou um bom dinheiro porque éramos 5 pessoas e 2 automóveis. É claro que há sites que dão dinheiro como os It's Nice That, por exemplo, mas o Colher como é bastante específico é mais complicado de ganhar dinheiro com isso. Não é um projecto sustentável, mas nós gostaríamos muito que fosse para também podermos apostar mais nele e trazer mais e melhor. Mas nós somos dos que pensam que, mesmo com pouco dinheiro, podemos fazer tudo que queremos.

Os subsídios e os apoios públicos só vão para quem tem cunhas e nós não temos, por isso não sabemos. Acho que os subsídios públicos nunca chegariam ao Colher, por isso é que também não nos metemos nessas burocracias estranhas e papeladas estúpidas e nem estamos registados, porque não acreditamos muito nisso.

10. Para vocês qual é a importância dos vossos projetos que vão para além do site (ex: exposições, publicações, palestras)? Desempenham um papel grande naquilo que define o Colher?

Claro que sim, porque o Colher se fosse um site para todo o sempre, este iria morrer, iam nascer novos blogs sobre o design gráfico português, aliás já existem e era só uma questão de tempo até isso começar a acontecer. E também acho que é um pouco “seca” uma pessoa se confinar apenas a um meio; explorar outros meios permite ser mais desafiador, pensar como um projecto como este que acontece sobretudo online se pode inscrever em outros eventos mais físicos e palpáveis e mais próximo do público e da vida real.

O Colher vai-se definindo não apenas como sendo um site, porque alcança outros tipos de formatos, como exposições, cujo exemplo foi o Colher Tour, que estamos a pensar voltar a fazer no próximo ano e as duas publicações (Portuguese illustration e Calendário 2012). E queremos continuar os esforços.

Acho que não, o Colher é daquelas coisas que não precisam de uma descrição porque auto explica-se. Acho que se define e se suporta por si mesmo e que as falhas não reflectem muito para o público pelo facto de, no fundo, ser feito para um público que também somos nós.

11. O que vos parece estar a funcionar melhor no Colher, e quais são as suas principais falhas? (se é que existem claro)

O que parece estar a funcionar melhor é que não está a cair por um abismo abaixo, parece que continuamos a manter as pessoas interessadas depois destes dois anos, podia cair na monotonia, mas não foi o caso. Mantivemos o público interessado muito em parte, devido às iniciativas promovidas pelo Colher e daí termos conseguido uma dinamização louvável, mas muito especificamente considero que o que está a funcionar melhor é a nossa vontade de manter o Colher activo. Também temos agora uma panóplia de novos colaboradores que, apesar de não ser fazer organizar, ajudam a manter o Colher vivo. A principal falha são, provavelmente, os fundos para suportar o projecto e para podermos trabalhar nele como gostaríamos, ir muito além da faculdade e trabalho, apesar de não queremos fazer do Colher a nossa vida. Precisávamos de mais tempo disponível para trabalharmos no projecto mais produtiva e seriamente.

12. O projeto desta dissertação está concentrado na criação de um registo de edições independentes, assim como de uma plataforma de divulgação para essas mesmas edições. Este registo que vamos fazer, vai ser feito online através de um site que pretende ir registando, mas também divulgando projetos e eventos da área (www.projectofair.com). Queremos compilar notícias e ideias de várias fontes sobre publicação independente. Podemos ir publicando as vossas novidades relacionadas com a área?

Claro que sim!



O texto que se segue é o resultado de uma entrevista a Rui Costa realizada por *e-mail* entre 3 e 22 de Junho de 2012.

1. Apresentação do projeto: objetivos e motivações da Binaural. Importa saber quando começou e em que contexto (data e local).

A Associação Cultural de Nodar (Binaural/Nodar) é uma associação sem fins lucrativos dedicada desde 2007 à cooperação local e internacional nos domínios da pesquisa cultural, tecnológica e científica, enquanto ferramentas complementares de articulação com o contexto social, geográfico e económico das aldeias serranas onde se situa a sua zona de intervenção (maciço da Gralheira, Arada e Montemuro).

2. O que é que motivou o vosso início? Como é que aconteceu?

A decisão de iniciar as actividades da Binaural/Nodar foi motivada pela vontade dos seus membros, um colectivo de artistas contemporâneos dedicados às artes media, em aprofundarem a investigação sobre as possibilidades de uma prática artística exploratória em estreita interacção com um contexto específico rural e em lançar as bases de uma plataforma de troca regular de ideias e de práticas com artistas e organizações internacionais actuando na mesma área. Estas motivações foram possíveis de pôr em prática pela coincidência de dois dos membros fundadores da Binaural/Nodar serem originários da aldeia de Nodar.

3. Que tipo de projetos desenvolvem com a Binaural? Que projetos gostariam de desenvolver no futuro?

A Binaural/Nodar desenvolve um largo feixe de projectos, de acolhimento de residências artísticas em arte e tecnologia, de reflexão criativa e científica, projectos educativos de mapeamento sonoro de territórios rurais, de documentação da memória local e de publicação de catálogos, CDs etc.) os quais, com uma lógica complementar e modular, criam uma percepção multifacetada do “sentido do lugar”, da sua riqueza patrimonial e potencial económico local, junto de diversos destinatários, quer locais, quer exteriores à região.

Nos últimos anos, decidimos que as nossas actividades devem ser cada vez mais transdisciplinares, no sentido em que em todas as nossas residências artísticas e criações próprias deve haver um cruzamento da investigação artística com as ciências humanas, nomeadamente pelo envolvimento de investigadores em áreas como a arquitectura, a ecologia, a antropologia, que aportam um conhecimento aprofundado sobre as múltiplas facetas do contexto rural onde actuamos.

4. O vosso projeto tem uma forte componente altruísta. A divulgação de trabalho de terceiros acaba por ser uma parte central do vosso trabalho. Isso agrada-vos? Não têm ambições de produzir e divulgar o vosso próprio trabalho, ou uma coisa leva à outra?

A nossa abordagem tem passado, ao longo dos anos, pela simultaneidade da produção artística própria com a curadoria de exposições e eventos com artistas com quem temos afinidades estéticas e com a organização de residências artísticas em que projectos artísticos são seleccionados com base na sua adequação a um tema proposto. A partir das cumplidades criadas entre os nossos artistas e os que nos visitam e da investigação que realizamos na preparação dos trabalhos desses artistas, acabam por surgir espontaneamente oportunidades de desenvolver trabalhos de criação própria, muitos deles em colaboração com esses mesmos artistas.

5. De que forma organizam os conteúdos que divulgam, ou seja, como são escolhidos os conteúdos de cada exposição ou workshop? (Por exemplo: como escolhem os autores, que equipa existe por trás de cada projeto, etc.)

No caso particular dos workshops a nossa intenção é oferecer um leque de temáticas que cubra vários aspectos da utilização do som na prática artística (como por exemplo a composição sonora a partir de gravações de campo, as instalações sonoras multi-canal, o hardware hacking, etc.) e em que são partilhados com estudantes ou artistas emergentes as abordagens estéticas e de relação da arte com o contexto envolvente que caracteriza a acção da Binaural/Nodar. As exposições são normalmente retrospectivas de trabalhos de criação própria ou colectivas em que são exibidos os trabalhos de artistas em residência, centrados num tema em concreto.

6. Nos últimos anos os projetos auto-iniciados por alunos ou jovens artistas têm dinamizado a área de uma forma inovadora, que antes não tinha sido conseguida pelas instituições já estabelecidas. O que pensam disso? Devem ser os alunos e artistas a dinamizar a sua própria área, ou deveria existir uma plataforma mais oficial para a resolução dos problemas que a área enfrenta?

Um dos focos centrais da actividade da Binaural/Nodar é o de permitir a partilha e disseminação dos aspectos centrais da nossa abordagem estética com jovens artistas e alunos de belas artes. Em particular, temos organizado residências / workshops em parceria com Universidades da região alargada onde operamos (Aveiro e Viseu, em particular) em que experimentamos com os alunos várias técnicas e conceitos estéticos da arte sonora e em particular do trabalho artístico em contexto específico. Em paralelo, sempre fizemos questão em garantir a presença de artistas emergentes Portugueses nos nossos programas de residências, já que tal constitui uma oportunidade única de aprendizagem e aquisição de conhecimentos junto dos artistas internacionais com carreiras mais estabelecidas.

Julgamos que os jovens artistas e alunos devem usar todas as oportunidades para expor o seu trabalho, organizar-se colectivamente, trabalhar em residência, quer seja dentro ou fora do país. No mundo de hoje em que o trabalho artístico cada vez mais se faz em rede e numa perspectiva multidisciplinar, acreditamos mais no papel de estruturas informais e dinâmicas que se relacionem com parceiros para a consecução de projectos concretos do que na dependência em relação a plataformas ou organismos centralizados.

7. Numa perspectiva mais prática, dão muita importância à divulgação pública do vosso projeto? Fazem um esforço efetivo para que as vossas ideias sejam vistas e percebidas pelo máximo número de pessoas, ou assumem que o trabalho está disponível ao público e que isso é suficiente?

A Binaural/Nodar funciona numa lógica de divulgação em círculos concêntricos, que parte da presença de público local e visitante nos eventos organizados na região em que operamos (aldeias de montanha de São Pedro do Sul), na organização de retrospectivas das nossas actividades nas cidades da região, na publicação das nossas edições (CDs, livros, online) e numa presença forte nos fora ligados à arte contemporânea em Portugal e no estrangeiro, em particular no que toca à arte sonora e à arte em contexto rural. A nossa lógica é trabalhar esteticamente na lógica “local” mas produzir e divulgar numa escala “global”.

8. Sentem que conseguem atingir o público que pretendem? Ou seja, sentem que os objetivos a que se propuseram quando o projeto começou estão a ser cumpridos?

Os objectivos a que nos propusemos no início das nossas actividades têm sido largamente ultrapassados. Em primeiro lugar, em cada ano a presença de público local, nacional e estrangeiro nos nossos eventos (festivais, exposições, workshops, etc.) tem aumentado significativamente. Por outro lado, temos aumentado constantemente o número de candidaturas e a participação de artistas de renome internacional aos nossos programas de residência. Finalmente, a nossa presença nos média nacionais e internacionais tem igualmente crescido exponencialmente. De notar que a nossa razão de existir tem a ver com a presença contínua, muitas vezes em condições árduas, numa região muito carenciada, pelo que todo o nosso sucesso em termos de público ou de visibilidade do projecto será sempre visto por nós como algo que vem por acréscimo e que não é um fim em si mesmo.

9. Conseguem ver uma verdadeira consequência do vosso projeto na vossa área de intervenção?

Ao longo dos anos sentimos que a nossa presença contínua numa região muito remota e pobre, onde existe um sentido de auto-estima muito diminuído, tem permitido a criação de laços muito fortes com a população e a criação de oportunidades de melhoria efectiva da qualidade de vida das mesmas. Em particular, fomos os criadores e somos os coordenadores

de uma rede de associações culturais e de desenvolvimento local nas aldeias de montanha de São Pedro do Sul (Aldeias de Magaio), através da qual as nossas actividades de produção e criação artística são inseridas num contexto mais vasto de animação cultural e turística e promoção de actividades e produtos locais. Por outro lado, a associação com investigadores sociais que têm feito trabalho científico sobre a região tem igualmente permitido aumentar o grau de conhecimento sobre a região, o que se reflecte num aumento da auto-estima da população.

10. O vosso projeto é sustentável? Conseguem compensar o gastos que têm? Como é que fazem essa gestão? Neste contexto o que pensam de subsídios e apoios públicos?

A nossa lógica é operar sempre em função dos apoios que conseguimos obter num dado momento, adaptando a escala das actividades se necessário. Como tal, o projecto será sempre sustentável. Temos uma equipa de gestão que controla continuamente os gastos, garantindo que qualquer desvio em relação ao orçamentado é rapidamente corrigido. Somos apoiados por entidades públicas (Direcção-Geral das Artes, União Europeia) mas boa parte das nossas receitas provém da venda das nossas edições (livros, CDs, em particular), da venda de espectáculos de produção própria e da organização de workshops. Ou seja, julgamos que os apoios públicos são essenciais, em especial para estruturas que se dedicam a um trabalho concomitante de produção, investigação, criação que geram memória e pensamento sobre arte e território e que fogem à centralização da cultura nos centros urbanos, mas estes apoios não devem retirar a capacidade e energia para encontrar formas criativas de gerar receitas e garantir a sustentabilidade dos projectos.

11. O que vos parece estar a funcionar melhor na Binaural, e quais são as suas principais falhas? (se é que existem claro)

O aspecto que mais tem funcionado é o facto de, após 6 anos de trabalho permanente na nossa região, termos tido um papel fulcral na preservação da sua memória e no alargar do conhecimento sobre a mesma. Por outro lado, sentimos que a nossa abordagem estética essencialmente interdisciplinar e focada no trabalho sobre um contexto local tem sido alvo de cada vez mais atenção, no âmbito da criação artística contemporânea no nosso país.

12. O projeto desta dissertação está concentrado na criação de um registo de edições independentes, assim como de uma plataforma de divulgação para essas mesmas edições. Este registo que vamos fazer, vai ser feito online através de um site que pretende ir registando, mas também divulgando projetos e eventos da área (www.projetofair.com). Queremos compilar notícias e ideias de várias fontes sobre publicação independente. Podemos ir publicando as vossas novidades relacionadas com a área?

Claro que sim!



BIBLIOGRAFIA



Gomes da Costa, Sérgio. “Feira De Publicação Independente”. *Time Out - Porto* 2012: 61. Print.

Marmeleira, José. “Experimentação E Independência”. *Ipsilon* (2011). 10.02.2012 <<http://ipsilon.publico.pt/artes/texto.aspx?id=292168>>.

Moura, Mário. “Livros? Livros!” *The Ressabiator* (2011). 19.06.11 <<http://ressabiator.wordpress.com/2011/06/18/livros-livros/>>.

Moreira, Maria Eduarda. “Porto: Galeria Dama Affita Recebe 3.^a Edição Da Feira De Publicação Independente”. *JPN: Jornalismo Porto Net* (2012). 10.05.2012 <http://jpn.c2com.up.pt/2012/04/05/porto_galeria_dama_affita_recebe_3_edicao_da_feira_de_publicacao_independente.html>.

Více, Equipa. “Publicação Independente – Anotem Na Vossa Agenda: Ilustração + Lovers & Lollypops + Rua Da Picaria”. *Více magazine* (2012). 5.04.2012 <<http://www.viceland.com/blogs/pt/tag/publicacao-independente/>>.

THE RESSABIATOR

Livros? Livros!

18 Junho 2011 - Mário Moura

Ontem nas Belas Artes do Porto, apesar da chuva, a feira do livro de publicações independentes, organizada pela Pangrama, foi um sucesso: sempre que passei por lá a sala envidraçada estava cheia de gente, curiosos e compradores cada um com as suas compritas debaixo do braço. Eu próprio trouxe um pequeno monte de publicações, a maioria das quais da Estante, um projecto do qual pude, pela primeira vez, usufruir ao vivo. Para quem não sabe, é uma pequena livraria itinerante sob a forma de uma pequena estante de madeira que se junta a eventos como exposições, concertos e feiras, vendendo publicações na sua grande maioria do estilo a que se poderia chamar independente holandês (embora muitas delas não o sejam – independentes ou holandesas, quero dizer). A Estante faz assim parte de um movimento contemporâneo que junta modos exóticos de edição a formatos alternativos de distribuição, que se situam a meio caminho entre a livraria, a performance, a exposição, o comissariado (outros exemplos seriam o Navio Vazio ou a Dexter Sinister). Para minha

desilusão, desta vez não traziam a estante, o que não me impediu de lhes comprar uns tantos livros, em particular *The Form of the Book Book*, que já li quase todo desde ontem e que toca assuntos que me interessam bastante: um artigo de Richard Hollis sobre as voltas e reviravoltas do conceito e da prática do livro integrado, e o relato do dia-a-dia do estúdio de Herbert Spencer por uma das suas assistentes, uma visita guiada na primeira pessoa ao trabalho de um dos designers-editores mais interessantes do século XX, e um dos santos patronos desta nova vaga de edição no design.

Não é possível dizer que não há publicações sobre arte ou design em Portugal depois de visitar uma feira como a de ontem, e onde estiveram à venda os três números da revista Pangrama, que começou como um projecto académico que ganhou continuidade, e os dois da revista Voca, que teve um trajecto semelhante. A estas se juntará no final do mês a Pli, cujo nome aparecia no cartaz desta feira, mas cujo lançamento deve ter sido adiado. Pode-se argumentar que são projectos pequenos, sem grande distribuição, mas isso é ignorar que muitos deles se inscrevem em tácticas de distribuição que contornam quase por completo os processos habituais, aos quais são em grande medida invisíveis. As novas editoras independentes espalham-se via net, libertando as ocasiões em que são vendidas ao vivo para suportar estratégias mais ou menos experimentais como as da Estante ou do Navio Vazio.

Esta semana, fui convidado em mais do que uma ocasião para falar sobre edição alternativa/independente/etc., não apenas por iniciativa de alunos, mas pelos organizadores de mestrados e centros de investigação, o que me deixou uma sensação agriçoce. Por um lado, é bom ver que se está finalmente a prestar atenção mais alargada a um fenómeno que marcou o design e as artes durante a década passada. Por outro, a atenção é capaz de estar a vir tarde demais: o epicentro destas publicações, a Holanda, acabou de cortar em mais de 40% o seu apoio às artes, dando uma machadada provavelmente fatal neste ecossistema. Aqui em Portugal, onde os apoios às artes ou à edição nunca foram famosos, a coisa ainda anda pior, com boa parte dos projectos a serem sustentados pelas poupanças dos seus criadores.

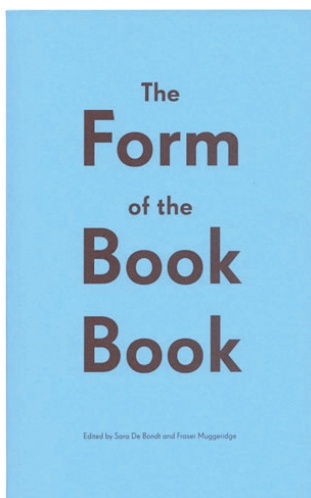


Figura 59 - Capa da publicação *The form of the book book*, 2010, editada por Sara De Bondt e Fraser Muggeridge.

De certa forma, o impulso que anima o livro de artista é o mesmo que anima a edição independente: imprimir e publicar sem constrangimentos comerciais, experimentar com conteúdos e formatos. Onde se separam é talvez no grau de “activismo” e no âmbito em que inscrevem a sua intervenção.

Ana Simões, jovem investigadora do Porto, define a publicação independente como “um pequeno espaço de liberdade, prazer, experimentação e amor pelo objecto impresso”. Sem a influência de terceiros e raramente movida pelo lucro, embora isso “não signifique total desprendimento de apoios financeiros”.

Os objectos podem tomar diversas formas. “Uma revista, uma fanzine, um jornal ou até um conjunto de postais, mas os valores por trás da publicação e da venda mantêm-se”: independência, experimentação. É neste sentido que podemos traçar uma linhagem com editoras do século XX, como a Malik Verlag e a Black Sun Press, ou a actividade editorial das Guerrilla Girls.

Mas a edição independente estende-se para lá das artes plásticas, até à banda-desenhada, à ilustração: “São dois dos conteúdos mais recorrentes nas páginas deste tipo de publicações. É comum ver um ilustrador a produzir a sua própria fanzine e alguns chegam a utilizar as páginas das revistas e fanzines como suporte principal dos seus trabalhos”. As consequências sobre a natureza das obras são relevantes: “A publicação auto-editada passa a ser o verdadeiro formato da ilustração, dando possibilidades narrativas ao autor que a ilustração emoldurada dificilmente conseguiria. E essas narrativas ilustradas enriquecem o universo da publicação independente”.

Ana Simões integra a revista “Pangrama” que este Verão organizou a Feira de Publicação Independente na Faculdade de Belas-Artes do Porto. A iniciativa correu muito bem e deu a conhecer o crescimento deste universo na cidade. Desafiámos a investigadora a especular sobre as causas do fenómeno. “Perante a crise económica, é natural que surja um interesse renovado no desenvolvimento de projectos auto-iniciados que possam transformar-se nalgum tipo de rendimento, ainda que mínimo, para artistas e designers, estudantes e jovens. Mas parece-me complexo e presumido procurar uma explicação unilateral para a questão. Será, com certeza, fruto de razões sociais e culturais mais profundas, que mereceriam uma investigação mais rigorosa”.

Enquanto essa investigação tarda, resta-nos celebrar e conhecer os projectos, não apenas do e no Porto. Na banda-desenhada, a associação Chili Com Carne, as editoras Zona, Lisbon Studio, El Pep, MMMNNRRRRG. Na arte e no design, a editora Braço de Ferro, as revistas “Pangrama”, “Atlas - Projecto de desenho”. No ensaio e na literatura, as editoras Nada, Averno, Vendaval, &tc, Mariposa Azual, a Black Sun.

Em territórios mais híbridos, próximos da ilustração, as editoras Plana, Opuntia Books, Imprensa Canalha, Oficina do Cego (dirigida para a promoção de práticas de impressão e autoedição), os Cadernos Serrote e a Ao Norte. E nunca é de mais lembrar a Feira Laica, em Lisboa, a Galeria Dama Afita, no Porto, a livraria itinerária Estante e, claro está, a Feira de Publicação Independente do Porto.



Figura 60 - “A Feira de Publicação Independente da Faculdade de Belas-Artes do Porto deu a conhecer o crescimento deste universo” (Marmeleira, 2011).

TIME OUT – PORTO

Feira de Publicação Independente

Abril 2012 - Sérgio Gomes da Costa

A Feira de Publicação Independente vai ter a terceira edição entre sexta-feira 6 e sábado 7, no espaço do Galeria Dama Afflita e da Loja Matéria Prima, em plena rua da Picaria.

O evento nasceu da vontade dos editores da Pangrama, revista dedicada ao design. Perceberam que faltava um projecto de difusão de publicações independentes e a feira surgiu como solução. Acabou por ganhar vida própria.

Quem ali entrar vai ver edições independentes de todo o género. Isto abrange revistas, jornais, cartazes, sacos, postais, discos e o que mais se queira. A escolha é grande, com toda a liberdade criativa que a independência implica.

Esta edição traz uma novidade. Foi feita uma parceria com a Lovers & Lollypops, pelo que os concertos fazem parte do programa. A isso acrescenta-se uma banca desta produtora e editora com produtos musicais.

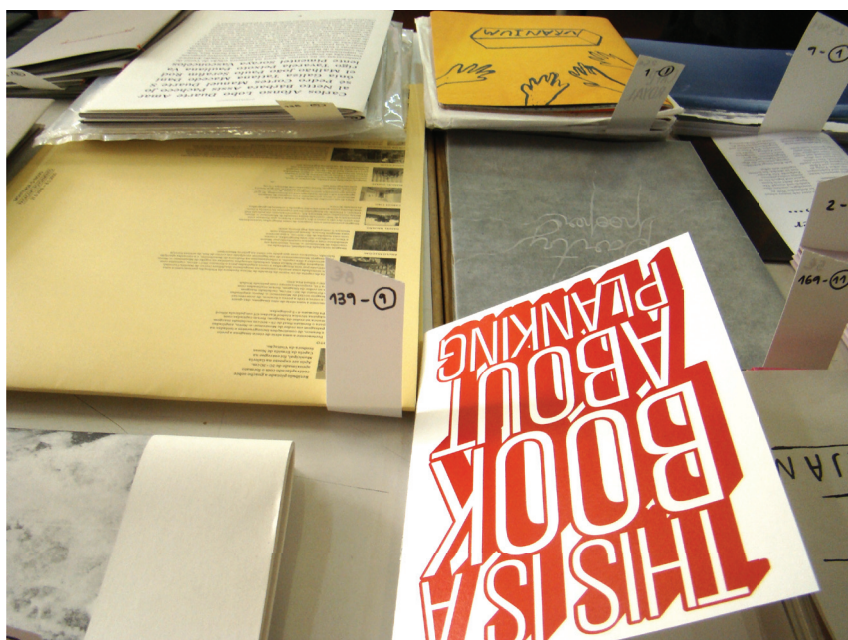


Figura 61 - 2ª edição da Feira de Publicação Independente, a 23 de Novembro de 2011, FBAUP.

Publicação Independente – Anotem na Vossa Agenda: Ilustração + Lovers & Lolypops + Rua Da Picaria

4 Abril 2012 - Equipa Vice

Era uma vez um tempo em que a internet não era lá grande coisa (imaginem só!) e era uma vez uns putos que, algures em Montreal, começaram uma publicação independente que viria a evoluir e a crescer, transformando-se numa revista chamada VICE. É esta, em formato tweet, a nossa história, por isso sentimos que é o nosso dever, numa de irmão mais velho que venceu na vida (não detestam esses gajos?), dar atenção e força aos nossos irmãozinhos editoriais mais novos. Está difícil para todos, mas há quem mereça o seu lugar ao sol.

Nos próximos dias 6 e 7 de Abril, a sexta e sábado que vêm aí, podem reservar algum do vosso tempo livre para dar uma saltada à Feira da Publicação Independente — ou não, vocês é que sabem (e que ficam a perder). A 3.^a edição do evento acontece este ano fora da FBAUP que o viu nascer, saltando para a Galeria Dama Aflita/Matéria Prima (na Rua da Picaria — é ir ao Candelabro tomar o melhor café da cidade e depois começar a descer). E há cameo dos nossos amigos da Lovers & Lolypops e tudo. Dois dias para mostrar o que o pessoal da ilustração (Alexander Egger, Chili com Carne, Wasted Rita, etc) e da edição (Pangrama, A Prensa, etc) anda a fazer com direito a música ao vivo: Tren Go Soundsystem, na sexta, e Atomizador, no sábado. Se estiver sol os concertos até vão ser no jardim — foi o Fua que disse. A feira começa às duas da tarde de sexta e vai até às oito da noite de sábado. Os concertos são sempre às 18h. Tomara que não chova.



Figura 62 - Cartaz promocional da 3.^a edição da Feira de Publicação Independente, a 6 e 7 Abril 2012, Dama Aflita & Matéria Prima, Porto.

Porto: Galeria Dama Affita recebe 3.^a edição da Feira de Publicação Independente

5 Abril 2012 - Maria Eduarda Moreira

Nos dias 6 e 7 de abril, a galeria Dama Affita acolhe a 3.^a Feira de Publicação Independente, com a colaboração da companhia discográfica Lovers & Lollypops.

São dois dias totalmente dedicados à “divulgação e venda de projetos editoriais independentes, juntando à edição de livros, a edição musical”, como é possível ler no site da iniciativa. Geralmente realizado na Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto (FBAUP), o evento foca-se na “qualidade e seleção de publicações nacionais e internacionais” e conta com dois concertos promovidos pela Lovers & Lollypops, convidada pela primeira vez a colaborar no evento.

A feira de publicação independente vem dar a conhecer “projetos jovens e editoras mais experientes, juntando tudo novamente, num dia totalmente dedicado à auto-edição”, desta feita na galeria Dama Affita, situada na rua da Picaria, no Porto, a 6 e 7 de abril. Esta saída da FBAUP prende-se com o intuito de “abrir as portas à cidade”, numa tentativa de “chegar a mais pessoas” e impedir que a iniciativa se concentre “num núcleo muito fechado”.

Ana Simões, organizadora do evento, explica que tudo surgiu ainda “num contexto académico”, após a criação da revista “Pangrama”, em 2009, que, por sua vez, veio da “necessidade de criar uma plataforma editorial onde várias opiniões e ideias sobre design se possam encontrar, sem preconceitos ou parcialidades”. Atualmente, a “Pangrama” procura “criar uma discussão produtiva com uma abordagem pouco convencional à teoria e crítica do design, através da escrita ou mesmo da ilustração”.

Pela primeira vez, a editora discográfica e produtora Lovers & Lollypops vai dar música a este evento. De acordo com a organizadora, a ideia é “juntar a edição independente de publicações à edição independente musical”, já que partilham “ideias semelhantes”.

Joaquim Durães, da Lovers & Lollypops, afirma que o convite para esta primeira participação partiu da organização da feira e considera positiva a divulgação de “um nicho que está bastante ativo”. Durães espera, ainda, que o projeto “desperte o interesse em muitas pessoas”, com “uma lógica ‘low cost’”.

O primeiro dia, sexta-feira, 6 de abril, será marcado pelo concerto dos “Tren Go! Sound System” e, a 7, sábado, o músico espanhol Atomizador (que também é ilustrador) vai marcar presença.

Além da própria divulgação de publicação independente, a organização quer dar a conhecer alguns outros “pequenos projetos” e “manter, com regularidade, um ponto de encontro entre editores e público”, por forma a “manter vivo o interesse por esta área”.

Aos interessados em participar com projetos editoriais basta enviar um e-mail para a “Pangrama” e as editoras têm, também, a possibilidade de reservar uma mesa para vender as suas publicações.

O evento já está no Facebook e, devido ao espaço, terá um número limitado de participantes. A feira vai estar aberta entre as 14h00 e as 20h00.



Figura 63 - “Dama Afrita é a galeria que acolhe a 3.^a edição da feira de publicação independente” (Moreira, 2012).



A lista que se segue está compilada no CD anexo a esta dissertação.

1. Vídeo de parte das conversas na 2^a edição da Feira de Publicação Independente, 23 Novembro 2011, FBAUP.
2. Vídeo sobre a 3^a edição da Feira de Publicação Independente, 6 e 7 Abril 2012, Dama Aflita & Matéria Prima, Porto.
3. Gravação áudio das apresentações Love, Thought and Time, 18 Maio 2012, Museu da FBAUP.

Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Dissertação para a obtenção do grau de Mestre:

Mestrado em Design Gráfico e Projetos Editoriais

Orientador:

Miguel Carvalhais, Professor Auxiliar,

Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Co-Orientador:

Júlio Dolbeth, Assistente,

Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Porto 2012

